

# 產業結構與公平交易法

瞿宛文 主編



中央研究院中山人文社會科學研究所  
中華民國八十三年六月  
台北 南港

中央研究院中山人文社會科學研究所專書(32)

# 產業結構與公平交易法

瞿宛文 主編

中華民國八十三年六月

台北 南港

## 序 言

台灣近數十年來的產業發展相當具有特色，除了快速的成長速度之外，尚有中小企業之重要地位，出口導向的成長，產業結構的迅速轉變等等，同時規範市場行為的公平交易法，也已經於1992年二月開始實施，這樣的規範在台灣這種新興工業化國家實行的效果，也是很值得研究的議題。所以在1992年12月，中央研究院中山人文社會科學研究所與行政院公平交易委員會，聯合在台北市南港中研院，舉辦了一場「產業經濟學暨公平交易法學術研討會」。主辦單位邀集了國內相關的經濟學者以及法律學者，共同討論台灣產業方面、公平交易法在理論與實證方面的問題。會中一共宣讀了十篇論文，並且也有綜合討論，請公平交易會的委員們與學術界就可能的學術研究議題做深入溝通。會後待各論文作者將論文做修改之後再匿名送審，通過審查之後才集結成書出版，而本專書就是這整個過程的成果呈現。

本書前面兩篇論文是對公平交易法在台灣實施至今的檢討與回顧。周添城的「公平交易法、產業特性與市場結構」，是探討公平法的實施與產業發展之間的關係，並探究產業特性—市場結構—公平法實施效果之間的關聯。法律學者劉紹樑的「公平交易法執行的回顧與檢討」一文，則是以公平會最先八個月所處理的案件為樣本，從理論與實務的觀點，來評估公平法實施的成效，並討論未來實施上的方向與問題。公平法關於獨占的規範，必然牽涉到如何劃分或定義市場的問題，而本書就有兩篇論文是就這方面做探討。黃美瑛的「台灣產業市場範圍界定之實證研究：價格相關係數法與Granger因果測定法之應用」，從理論與實證的角度，探討在公平法下市場定義的概念與應用，並運用台灣產業的資料，測試幾種可行的市場範圍實證測定模型。莊春發的「市場的迷思：論市場定義在公平交易法應用的困境」一文，則是在理論上對於市場定義在公平法應用上會遭遇的困難，做一個完整的整理與討論，也談論了西方

國家在這方面的經驗。

本書另外四篇論文則與公平交易法沒有直接關聯，兩篇是關於台灣產業發展的經驗，兩篇是關於產業經濟理論的探討。薛琦的「總體失衡與個體調整：台灣在 80 年代的經驗」一文，是探討台灣經濟在 1980 年代總體上失衡的情況，以及其所引起的製造業方面的調整，文中也討論了「荷蘭病」模型對於台灣這情況的適用性。陳添枝與王文娟合著的「外資廠商的本土化：美日電子廠的比較研究」，則是研討台灣的外資廠商在進入台灣之後，對地主國的貢獻如何、有何變化，文章以美日電子廠商為對象而作了實證的探討。

近年來產業經濟學理論的發展中，很受注意的是運用賽局模型來探討寡占市場的各種情形，而本書中的兩篇產業經濟學理論模型的論文就是這方面的作品。翁世芳的「寡占市場中阻止新廠商進入的遊說自約均衡」，探究的是當本國既存廠商試圖遊說本國管理者，以阻擋外國廠商的進入時，這「阻止進入」中搭便車的問題。陳恭平的「不完全訊息下防止再協商的均衡」一文，討論了在訊息不完全情況下，防止再協商均衡的存在可能性，並探究了其對公平交易法執行上的含義。

從籌辦「產業經濟學暨公平交易法學術研討會」到這本論文集的出版，皆是由瞿宛文教授負責，要感謝她所付出的心力。同時，這過程中有眾多人士給予助力，首先要感謝會議所有的參與者，以及會後論文的審查人，也感謝社科所經濟組同仁的投入、公平交易委員會的支持與參與、朱雲鵬委員與施俊吉教授的協助。其次要感謝中研院社科所的行政人員所提供的各種支援，以及盧德珣小姐的協助。而在論文集出版過程中，則要感謝社科所的出版委員會、以及負責出版事務的林蓮治小姐、以及協助她的陳慧雯、陳怡如小姐的努力。

所長 彭文賢  
民國八十三年六月



## 目 錄

序言 .....	I
公平交易法、產業特性與市場結構 .....	1
周添城	
公平交易法執行的回顧與檢討 .....	31
劉紹樑	
台灣產業市場範圍界定之實證研究： 價格相關係數法與 Granger 因果測定法之應用 .....	109
黃美瑛	
市場的迷思：論市場定義在公平交易法應用的困境 .....	155
莊春發	
總體失衡與個體調整：台灣在 80 年代的經驗 .....	197
薛 琦	
外資廠商的本土化：美日電子廠的比較研究 .....	231
陳添枝、王文娟	
寡佔市場中阻止新廠商進入的遊說自約均衡 .....	259
翁世芳	
不完全訊息下防止再協商的均衡 .....	281
陳恭平	

# 公平交易法、產業特性與市場結構\*

周添城\*\*

## 壹、前言

公平交易法是在民國80年2月4日由總統公佈，並於81年同日實施。這項法令包括了對事業獨占、結合、聯合等行為予以規範的「獨占禁止」，以及對維持轉售價格、聯合杯葛、差別待遇、虛偽不實或引人錯誤的廣告、仿冒等不公平競爭的行為。由於其所規範的行為涵蓋範圍甚廣，對國內產業的市場結構與市場秩序，應有相當深遠的影響。因此，探討公平交易法的實施與產業發展間的關係，應該是一個重要而且有意義的課題。

然而，由於公平交易法實施至本文撰寫為止未滿一年，所以真正的影響效果還無法完全進行實證觀察。雖然這段期間，社會對公平法期待甚深，因此申訴及檢舉案件繁多；同時，公平會也積極予以處理<sup>1</sup>。

但是，就公平法立法宗旨言，目前似乎尚難以評斷其已然形成的影響。所以，本文擬就法律條文本身或曾有過的爭議、討論，甚至公平會曾作出的決議，來探討其與各產業今後發展間可能的關係，並進一步探討該關係背後的經濟性因素與政策性因素。同時，

---

\* 本文於81年12月29日至30日中央研究院中山人文社會科學研究所舉辦的「產業經濟學暨公平交易法學術研討會」中發表。會中承評論人王連常福、黃茂榮二位教授的批評、建議，以及薛琦、顏吉利教授等與會先會之指教，對本文之修改有很大幫助，特別表示謝意。同時也要感謝兩位匿名審查人的細心修改與評論，對本文之定稿有很大的幫助。惟文責仍應由作者自負。

\*\* 國立中興大學經濟學研究所教授

另一方面，從作者過去對台灣產業組織結構的總體性研究所得，亦將嘗試探討公平法與其他政策相互搭配的問題。

作者在今 (81) 年 5 月間接受行政院公平交易委員會委託，以「公平交易法與產業發展」為題，籌畫於 9 月 7、8 日舉行為期兩天的學術研討會。在這場研討會中，邀請了國內經濟、法律、管理三方面的學者計十三人，共撰寫了十二篇論文，分別針對公平交易法與證券業、銀行業、小麥加工業、水泥業、鋼鐵業、平板玻璃業、百貨業、產業研發策略聯盟、汽車業、石化業、電腦硬體業與電腦軟體業等十二個產業間的關係加以探討。每一篇論文除分析各產業的特性外，並指出其與公平交易法相關法律可能的關係。從這十二篇論文的討論當中，究竟能否透過產業特性的異同，歸納出產業特性、政府政策與公平交易法的關聯，是本文嘗試想要處理的課題。同時，亦嘗試從總體的觀點進一步探討公平法與其他政策間的配合。換言之，本文將以「公平交易法與產業發展學術研討會」（底下簡稱「研討會」）所發表的論文以及相關研究為基礎，探討本文的主題。

為便於分析起見，除前言外，第二節將簡要說明這十二篇論文之內容大要，並指出各產業可能涉及的公平法相關規範。第三節則將各產業特性、政府政策與公平法間的關係予以歸納，並加以評析。第四節則從台灣產業的市場結構特性與政策轉變，探討公平法中反托拉斯法應如何搭配與調整。最後第五節為結論。

## 貳、「研討會」論文回顧

在這次「研討會」所發表的十二篇文章中，除了吳青松 (1992) 討論產業研發聯盟外，其他均針對某一特定產業加以分析。在十一個產業當中，金融業有兩篇，分別是劉紹樑 (1992) 的證券業與孫克難、楊雅惠 (1992) 的銀行業，此外，徐火明 (1992) 的百貨

業與鄭哲民（1992）的電腦軟體業可以說是另外兩項服務業。其餘七個產業均屬製造業，分別是劉祥熹（1992）的小麥加工業、莊春發的平板玻璃製造業、范建得（1992）的汽車業、王國樑（1992）的水泥業、陳坤銘（1992）的鋼鐵業、高人龍（1992）的石化業，以及蔡明誠（1992）的電腦硬體業。

將各論文所提及與公平交易法相關條文、相關行為加以整理可得表一。明顯的，有關市場界定（market boundary）的問題，由於涉及事前公告的規定（公平法第十條與第十一條），因此與每一個產業幾乎都相關，這也是大多數作者必須加以申論的理由<sup>2</sup>。此

表一：各產業涉及公平交易法相關行為\*

相關 行爲 產 業	市場界定	獨 占		聯 合	結 合	不 公 平 競 爭
		獨占 認定	獨占 行爲			
銀 行 業	✓	集中度 偏高	×	1.聯合決定利率 2.聯合貸款 3.聯合開發新金融產品 4.聯合徵信	1.省屬行庫 相互持股	1.聯合拒貸 2.差別待遇 3.搭售 4.公民營銀行間的競爭 5.地下金融與管制
證 券 業	✓	✓	×	1.聯合提高手續費之可能 2.融資融券之利率及手續費	1.券商合併	1.非法營運
小 麥 加 工 業	✓	鬆散型 寡占	×	1.聯合採購 2.聯合裝船、保險 3.聯合定價 4.聯合分配進口小麥總量	×	1.聯合杯葛 2.價格歧視 3.不正當爭取客戶 4.不為價格競爭 5.不當限制交易相對人
水 泥 業	✓	北泥市場 中有三家 為獨占	?	1.聯合壟斷	×	1.聯合杯葛 2.差別待遇 3.不當限制交易相對人之事業活動與之交易

鋼鐵業	✓	✓	×	1.產銷協議 2.聯合減產 3.統一售價 4.共同採購	1.轉投資 普遍	1.轉售價採約定 2.差別待遇
平板 玻璃業	✓	獨占產業	排除競爭	1.共同協議產能 、區隔市場 2.聯合訂價	×	1.削價競爭
百貨業	×	×	×	1.聯合折扣促銷	×	1.廣告促銷活動 2.販賣仿冒品 3.真品平行輸入 4.約定轉售價格(專櫃) 5.差別待遇(貴賓卡)
研發策 策聯盟	×	×	×	1.聯合研發	×	×
汽車業	✓	若以「商 用車」為 市場，可 能符合獨 占條件	×	1.汽車公司與零 組件供應商之 水平聯合行為 2.零組件供應商 之聯合行為 3.財團法人中衛 中心之聯合行 為	1.關係企業 2.總管理處 3.轉投資	1.維持轉售價格 2.差別待遇 3.排他性獨家交易 4.地理市場劃分 5.搭售 6.廣告 7.不當贈品 8.不當方法使交易相 對人與之交易
石化業	✓	上中游為 獨占	×	目前已取消產銷 協議制度，但若 定價公式由產業 公會決定，則涉 及聯合行為	1.垂直結合 相當普遍	1.約束轉售價格
電腦硬 體業	✓	似無獨占	×	1.同業公會聯合 降價	1.外國公司 兼併本國 公司應加 規範	1.維持轉售價格 2.營業秘密、惡意挖角 3.電腦相容問題 4.採購與招標 5.營業標誌與商標 6.產品標示 7.平行輸入 8.多層次傳銷
電腦軟 體業	✓	似無可能	×	1.中衛體系 2.策略聯盟	✓	1.差別待遇 2.專利權之濫用 3.轉售價格之限制 4.商業機密之取得 5.搭售、削價競爭

\*表中「✓」代表該論文對此議題有所討論，「×」則未討論。  
資料來源：作者整理自「研討會」各論文。

外，由於不同的產業特性，對應的獨占、結合與聯合行為之可能性也就不同，因而形成有些產業加以討論，有些產業則未予以分析的情形。至於聯合行為的態樣則因產業而異。同理，不公平競爭的行為，在不同產業亦有很大的差異。不過，值得注意的是：各產業內當然可能有某些涉及公平法應予規範的行為，但卻在「研討會」論文中未提及，因此，實際的產業活動與行為，其複雜性應較表一所歸納者為多。所以，表一僅供歸納參考，卻不應成為討論實際產業問題的限制。底下將各論文之重點作一摘要：劉紹樑（1992:1-2）首先提出，公平法與管理證券業的證券交易法之間可能出現的競合問題。他認為公平法是要避免市場失靈，但證券交易法則是在承認證券市場可能會失靈，因而必須由政府以管制的方法來匡正，甚至取代這種市場失靈的情形。這恐怕是兩種法律或有衝突時，究竟應如何取捨的問題<sup>3</sup>。其次，劉文針對證券業的定義加以討論。雖然證券業是採「分業經營」、「專業特許」的行業，因此依照證券交易法可對證券業加以分類。然而問題是除了證券業本身外，銀行、保險、信託投資公司亦可參與證券市場。同時，證券相關行業尚包括：證券投資信託事業、證券投資顧問事業、證券金融事業、證券集中保管事業與其他證券服務事業（如股務代理機構）。所以，如何適切定義仍值得斟酌。接著，他針對證券產業結構一一加以分析，並提供各種市場占有率的資料。針對目前證券經紀商競爭過度，虧損累累的情況，倘若券商聯合要求提高手續費，可否試用「不景氣聯合」的問題，作者亦有所討論。（劉紹樑 1992:26-32）。

孫克難與楊雅惠（1992）則首先分析銀行業與公平法有關的產業特性，例如：市場集中度是否過高？公營銀行比重是否過大？有無規模經濟與範籌經濟的特性？有無資訊不對稱的問題？以及銀行業的管制與自由化政策等。其次，孫、楊二人進一步分析銀行業裡可能有的聯合行為及不公平競爭行為（參見表一所列），並探討其是否違反公平法。最後，針對公平法的實施所可能面臨的問題，分別對銀行業、金融管理當局及公平會提出建議。

劉祥熹（1992）則探討小麥加工業的問題。由於受到農政當局稻米生產政策的影響，以及米麵替代關係的假說，因此，政府對小麥進口定有數量限制（每年約 85 萬噸）。在進口配額下，由麵粉同業公會進行聯合採購、聯合裝船保險與按產能分配進口配額等限制。小麥加工業的這整套聯合行為引起下游的糕餅業者強烈質疑與反彈，並經常引發論戰。在公平法實行後，麵粉公會曾向公平會提出准許其繼續聯合採購小麥、聯合裝船保險的申請。後經過公平會調查作成決議如下：

「申請人申請聯合採購小麥、聯合裝船保險，符合當前整體經濟利益，應予許可，期限至民國 83 年 12 月 31 日止。但民國 82 年 6 月 1 日起申請人對小麥進口之資格，不得有違反公平交易法之限制。」

針對上述決議，劉祥熹（1992: 38）認為公平會似乎是避重就輕，因為對現存許多不公平競爭與限制競爭的行為仍未予以處理。劉文對小麥加工業之產銷狀況，以及現存許多排除競爭的行為亦作分析，值得參考。

莊春發（1992）則針對經常引起議論的水泥業加以分析。他將水泥業的廠家數、地區分佈、相對規模、生產能量、產銷比率、內外銷數量與市場占有率，以及水泥的產銷方式（散裝或袋裝）與其結構，均有清楚的交代。甚至關係國內十三家水泥廠生產潛能的礦權結構，亦即礦區面積與剩餘可採量等，亦有資料。根據水泥業市場的資料，莊文試圖探討水泥廠是否應該被列為公告之獨占事業。這當中的一個重要論點是，究竟全台灣地區應視為一個水泥市場；抑或是有所謂「北泥不南運，南泥不北運」的情況，而應將水泥市場一分為二。如果分成兩個地理市場，則北泥市場有可能符合獨占事業的門檻條件。（莊春發 1992:25）其次，水泥廠商在聯合行為與不公平競爭行為上，亦可能涉及聯合杯葛、差別待遇、聯合壟斷等，這對水泥業未來之營運，應有一定之影響。

陳坤銘（1992）指出，生產具顯著規模經濟效果的鋼鐵業，一方面會形成高進入障礙、高集中度的結構，另一方面也經常面臨景氣

波動時，產能過剩、競爭過分激烈的情況。他同時以國內鋼鐵的生產資料計算市場占有率，並討論是否為獨占的問題。根據此項「生產者集中度」的指標<sup>4</sup>，作者認為「國內鋼鐵廠達到獨占事業之門檻條件者可能很多。」（陳坤銘 1992:24）當然，他也指出由於進口競爭激烈，不同鋼品間的替代性高等理由，或可在獨占認定上有所斟酌。此外，文中對鋼鐵業之產銷協議、聯合減產、統一售價、共同採購等聯合行為，以及鋼鐵業之轉投資所涉及的結合行為，亦有所討論。

高人龍（1992）的研究集中在平板玻璃製造業。由於平板玻璃產品種類繁多，因此如何界定市場也成了作者首先討論的題目，文中作者以「中華民國行職業標準分類」中的 2621（平板玻璃及製品製造業）作為研究對象。就此一產業言，主要生產廠商有台玻、新玻、華夏玻璃與景泰企業四家，其中台玻與新玻的產量集中度即高達 92%~99%（75 年~80 年間）可見其符合獨占條件的可能性很高。尤其值得重視的是，這兩家主要廠商過去曾有許多行為，似乎明顯地運用其獨占力量，同時也有聯合行為的記錄（見表一）。這使該產業將面臨公平法較大的規範壓力。

徐火明（1992）對百貨業的研究，偏重在各種行為態樣的適法性之討論。包括許多廣告訴求（全面六折、八折起、免費贈送、虛構原價或價格對比、抽獎、大拍賣等）、販賣仿冒品、真品平行輸入、專櫃。此外，文中對台北市百貨業聯合折扣行為作了進一步的探討，該行為涉及「約定期間」與「約定價格」，這兩種約定的適法性亦有所不同，有人認為兩種均違法；有人主張前者（約定期間）不應認為違反公平法之規定，但後者（約定價格，即有最高折扣比數之限制）卻屬應受禁止之聯合行為。然而，作者卻指出聯合折扣若其降價係屬真實，這與聯合漲價畢竟不同，因此是否為必然違法恐還須再作斟酌。（徐火明 1992:32-34）

吳青松（1992）探討的是企業的策略聯盟，尤其對產業研發策略聯盟的政策考量加以分析，並舉國內三大個案（筆記型電腦、雷



射傳真機、次微米計畫 ) 爲例，這些研發聯盟不但廠商參加，還有政府所設置的財團法人（工研院）亦加入其中。這種作法與歐體、美國、日本相近。不過，這卻涉及公平法聯合行爲之規定。因此，吳文進一步比較說明各國對產業研發策略聯盟的規範，從而建議公平法應對此行爲「自動許可」，不必依目前第十四條第二款的「例外許可」條件，還須經過申請許可才能進行此類策略聯盟<sup>5</sup>。

范建得（1992）首先討論汽車製造業廠商是否涉及獨占。他認爲除市場占有率外，還應討論「獨占力」<sup>6</sup>，唯文中對汽車業並未有結論。其次，由於國內汽車廠的轉投資、關係企業，甚或成立總管理處的現象很普遍，此涉及公平法結合行爲，故於該文中加以討論。此外，由於汽車製造商與零組件製造商間的「中心——衛星」關係，以及汽車銷售過程中的種種定價、廣告、贈品、搭售等行爲（見表一），亦爲作者所討論。

王國樑（1992）以石化業爲研究對象。由於這是一個上下游垂直製程相當長的產業，同時，按照不同加工階段，可以定義出不同的產業。因此，不同的市場範圍界定，會測量出不同的市場結構。不過，大致上呈現愈接近上游，愈具資本密集與規模經濟效果，其結構愈集中化。同時，由於上下游產銷須密切配合，所以有很明顯地垂直整合的現象。因此，石化業中上游均屬獨占事業，其垂直整合行爲普遍，公平法會不會對此產生衝擊，值得注意。王文特別提出國產與進口石化原料間的可能競爭態樣，將會受到不公平競爭的規範。

蔡明誠（1992）指出，國內電腦硬體業似無獨占的可能。但因電腦軟體業涉及專利權，智慧財產權，以及許多營業行爲特性，因此，該文討論營業秘密、惡意挖角、採購招標、營業標誌與商標、產品標示、平行輸入與多層次傳銷等行爲之適法性。文中也提及同業公會聯合降價的聯合行爲，以及外國公司若兼併本國公司亦應加以規範的論點。

鄭哲民（1992）則針對電腦軟體業者的差別待遇、專利權、轉

售價格約定、商業機密、搭售、削價競爭等行爲加以討論。至於聯合行爲則以中衛體系和策略聯盟，可能涉及公平法而加以分析。

將以上十二篇文章，再就個別產業的特性與公平法間的關係加以歸納，可以獲得如下之發現<sup>7</sup>：

## 一、證券、銀行業

就其特性而言，金融業本身就是一個特許的行業，主管機關（如財政部、金融局、證管會等）及相關法律（如銀行法、證交法等）早已對該業有所規範，但是卻與公平交易法的若干規定上產生法律競合的問題，例如：經營安全性的管理即與公平法在競爭方面的規定有所抵觸，如何於兩法間取得協調，恐怕是金融業所面臨的重要課題。

其次，證券業較具體的問題是證券交易手續費率是否繼續維持統一訂價？抑或實施彈性費率甚至完全解除管制？證券交易所的獨占地位，其組織是否須做某種程度的改變等等。另外，銀行業方面，由於公營銀行最大的股東即爲政府，以某種意義而言，符合了結合行爲的概念，依法須提出申請，問題是在公平法實行前即已存在的結合行爲是否須要重新申請？若一概既往不究，一旦公營銀行在釋股過程中發生股權變動，則依然得面臨重新申請的問題；其他的聯合行爲如：利率一致化的聯合、聯合貸款、聯合徵信、貸款回存等，皆爲公平交易法施行後值得再進一步研究的問題。

## 二、小麥加工、水泥業

小麥加工業最主要的問題是在於小麥進口數量的限制，由此而衍生出現有的進口配額制度。如果小麥進口與稻米消費間存有某種替代關係，在基於農業政策的考量下，小麥進口數量可能須做某種程度的規範，在此一前提下還涉及是否開放麵粉的進口問題，這些都是小麥加工業個案研究上所碰到的問題。事實上，即便在小麥進口數量限制的情況下，進口資格、方式，乃至於等量麵粉開放進

口，都有助於市場競爭的引進，可改進之處甚多。

另外，在水泥業方面，莊文對該產業是否符合獨占以及對獨占的認定，有相當深刻的研究。過去水泥業的聯合行爲，包括聯合杯葛、差別待遇、搭售等問題，是否隨著公平交易法的施行而有若干的調整，仍需再做進一步的了解。其次，水泥業的礦權持有，以及運輸費用所牽涉到的地區市場問題，皆爲探討該產業所應注意的重要因素。

### 三、鋼鐵、平板玻璃製造業

由於鋼鐵業具有大規模生產的特性，因此，如以產值、產量來看，國內鋼鐵業似乎存有頗高的占有率。事實上，據業者反應，由於鋼鐵進口之開放政策使進口的滲透比率較大，此時如果考量的不是純粹生產的數量，而是銷售數量，或許市場占有率與結構，會有相當大的改變。甚至某些業者反映，目前所見一、二家廠商獨占的情況，皆爲慘淡經營下的結果，並非獨占。

玻璃業一直是公平交易法施行前，大家十分感到興趣的產業。高文將問題集中於平板玻璃業，認爲從市場結構角度而言，平板玻璃似乎有獨占的可能，如果確實如此則進一步便須探究這個產業是否有濫用獨占的行爲。當然，單獨視平板玻璃爲一產業，是否適當值得再作討論。不過，這似乎改變不了上述論點。

### 四、百貨、產業策略聯盟

徐文對百貨業中的廣告、仿冒、平行輸入、專櫃、聯合打折等皆有非常豐富而深入的探討。其中，徐文對聯合打折的看法，與公平會曾經做過的解釋稍有不同，但也特別聲明僅是引發問題，並未下最後結論。這一觀點可以供公平會與學術界作進一步探討的參考。

產業策略聯盟是專門探討聯合行爲，尤其是 R&D 的聯合行爲。根據吳文的分析，進行聯合研發活動的國家，諸如歐洲共同市場、

美國、日本，其中除美國外，皆對企業的此類聯盟行動，採取寬容的態度，吳文並對我國公平法提出幾個具體建議，希望以不同的可能性對相關的法令加以修改，以便使企業可以在聯合研發活動上有較大自由活動的空間。

## 五、汽車、石化業

在汽車業的研究中，主要先探討國內汽車業是否符合獨占公告的條件，強調除了占有率這類量的指標外，也應顧及質的屬性變數，並且特別提出上、下游零件或銷售間的結合、轉投資問題。此外，汽車工業是非常標準的裝配型工業，自然容易成為中心衛星工廠體系，但在運作過程中，是否有某些行為與公平交易法有關，以及銷售階段中轉售價格的約定或差別待遇的行為，皆可能發生在汽車製造商、總經銷商或各式各樣不同型式的經銷代理商之間。

對應於裝配性的汽車工業，石化業則為標準的連續性生產的產業，上、中、下游之間的關係非常顯著，所以有相當程度須考慮垂直整合的關聯。從王文的研究可看出，石化業的中游廠商事實上對上、下游皆做了整合投資的工作。而這類行為是否在未來的競爭行為、公平行為上，與公平交易法有所抵觸，甚至公平交易法的規範是否會對投資決策或投資結構造成影響，皆值得進一步探討。

## 六、電腦硬、軟體業

電腦硬、軟體業與前述各類產業有十分大的差異，最重要的是涉及智慧財產權進而產生法律競合的問題。例如公平法如何與著作權法及智慧財產權相關法令體系平衡與協調，軟體業在銷售期間的參考、建議價格，在未來運作中是否產生問題，智慧財產權的平行輸入是否較一般產品有不同的對待，以及營業秘密等，皆為電腦資訊業中較為特殊的問題。

## 參、產業特性、政府政策與公平法

根據上一節的引介，我們知道不同產業因不同的環境、特性，會有不同的結構與行為，因此，自然與公平交易法會有不同的互動關係。或者說，會受到公平法的不同影響。本節嘗試從上文之歸納作進一步的分析，以便瞭解產業特性的異同與公平交易法相關性之異同；同時，亦嘗試對產業特性或產業環境異同的背後因素作探究。基本上，我們可以發現造成產業特性或環境差異的主要因素可分二類：一為經濟性因素，一為政策性因素。這樣的區辨還可以作為公平交易法應如何與其他相關政策作一協調，以發揮其立法宗旨的目的；或作為公平法未來修法時的參考。

### 一、經濟性因素之影響

首先，就經濟性因素所形成的產業特性與產業環境來討論。基本上，這又可分成市場結構（market structure）與市場行為（market conduct）兩方面來說：

#### （一）市場結構及其背後之因素

市場結構包括買、賣雙方的集中度、產品差異性、進入障礙、固定成本及退出障礙、市場需求的成長率等（Caves 1987，第一、二章）。這當中，若就動態的觀點，則市場需求的變動與加入、退出障礙扮演關鍵性的角色。Baumol 等人（1982）所提出的「可競爭性市場」（contestable market）概念，基本上就是以進入、退出障礙之高低作為判斷，因此，產業進入障礙對市場結構將具有決定性的影響。

任一產業的進入障礙成因，主要又包括：規模經濟、產品差異化、絕對成本優勢等。就台灣產業的實況而言，其生產技術大多傾向成熟者，因此，以掌控特殊技術形成有力的障礙，使其他廠商無法進入該市場的情況並不多。部分耐久性消費財具有這方面的特

性，結果是由提供技術的外商（主要是日本廠商），對台灣國內市場擁有高度控制力量，這也形成無外商技術背景者難以加入家電、汽車製造業的主要原因。除此之外，大多數的障礙主要來自大規模經濟與產品差異化；前者像石化業、鋼鐵業，後者像食品製造業。

因此，就獨占地位的問題，除了人為制度性因素外，規模經濟和產品差異化這二項因素，基本上是相當關鍵的。尤其，我們知道這二方面都必須以國內市場規模的相對性來作考量，在台灣市場規模有限的前提下，類似鋼鐵、平板玻璃、汽車、石化等產業，基本上應該是屬寡占型的市場結構，而電腦軟硬體、百貨等，則所受到的規模與差異化之影響較小，其競爭程度應該較高。就「研討會」中文章的討論，似乎也相當支持此一論點，亦即因規模經濟與產品差異化所形成的「進入障礙」是該產業的市場結構較傾向寡占的必要條件之一。同時，這些產業內的廠商，其結合、聯合的行為自然會受到較多的影響或關注。

## （二）市場行為及其背後之因素

至於，市場行為方面主要涉及廠商之企業策略。這又可分成：(1) 策略對象，包括既存廠商與潛在廠商二方面；(2) 策略工具，包括價格策略（pricing strategies）、產品策略（product strategies）、所有權策略（合資、轉投資、策略聯盟、購併、多角化、甚至跨國經營等）；與(3) 策略態度，可以合作與競爭作為兩個極端的態度，實際的策略態度則為落於其間的各种可能性。

因此，廠商的實際行為或策略，就是三個面向的組合，譬如：對某一既存廠商採取價格競爭策略，或與某一廠商在其研發上合作以對付另一潛在可能的敵手等等，可以出現各式各樣的組合。當然，市場結構會對市場行為有影響；反之，透過企業策略也可能改變市場結構。根據「研討會」論文的討論，可以發現市場結構對市場行為具有一定之影響，這又與公平法中的聯合或不公平競爭行為有密切關聯。

尤其，若產業之產銷關係較複雜、多樣化時，則可能涉及公平法相關法令的機會就愈高。這方面仍可以耐久性消費財（如汽車）為例，因其須要龐大行銷網路的支持，故產銷之間的權利、義務，以及生產者所擁有的市場力量如何運用到銷售者，其間所產生的行為態樣或問題，是「研討會」探討的一個重點，也是公平法所將規範的對象。

## 二、政策性因素之影響

政策對產業環境的影響相當明顯，譬如：銀行和證券業均屬管制性行業，特許或證照的核發與否直接影響其市場結構；又如產業發展政策與貿易政策，對進入障礙與國外競爭之引進亦有影響；還有諸如專利權與智慧財產權等法律規範，自然亦將對相關產業結構造成衝擊。本文分別討論三項相關的政策性因素：產業發展政策、證照政策與管制政策。

### （一）產業發展政策

政府利用各種可能的措施、辦法，以協助特定產業發展，謂之產業發展政策 (industrial development policy)<sup>8</sup>。譬如：爲了建立國內鋼鐵工業、石化工業，政府不但在「十大建設」時以公營事業投入此產業，同時爲了防止外來競爭，亦曾先後採取進口加簽措施，這對其市場競爭勢必造成影響。此外，汽車業今日的結構，主要導源於政府過早對汽車工業的保護，再加上限制日車進口，遂使歐日車系採取到台投資設廠的策略，以圖打開台灣市場，這是造成國內汽車產業成爲「十家爭鳴」的原因。

至於，小麥加工業的特殊市場結構，完全受到保護農業的糧食政策所影響。爲了避免國內稻農受到外來的競爭，除了稻米進口加以限制外，與米有替代關係的小麥也有限量進口的辦法。在此一進口配額制度，廠商透過公會的運作，達成排外性（非會員無進口權利）的聯合分配限額操作，這是國內小麥加工業出現超高產能、低

設備利用率與聯合壟斷的主要原因。沒有這樣的產業發展政策，自然就沒有這樣的市場結構。

## (二) 政府證照或特許政策

政府管制的措施衆多，不過，若以廠商設立、營運來劃分的話，管制點可以放在設立之初，亦即准否設立或訂定許多設立標準、準則，這些都會形成人爲的進入障礙（artificial barriers to entry）。如果，政府嚴格控制設立的證照，甚至凍結，則將形成沒有潛在競爭可能的一種狀態，這對市場競爭將有一定的傷害，自然也決定了市場結構。譬如：過去的銀行業或證券業就因牌照凍結而沒有新增競爭，因此，無效率的公營金融機構得以存在，同時也是造成「雙元金融」存在的原因之一。（周添城，1992）類似的證照措施在金融、運輸、傳播等特許行業屢見不鮮。如果其管制源頭不作調整，則公平法的「反托拉斯」之規範，將出現杆格。

製造業雖較少明文特許的管制，但利用工廠設立之准駁亦能達成一定的證照目的。譬如，煉油業之不准民間設立，就是在此一政策下的措施，但並沒有明文法律之規範。鋼鐵業、汽車業及石化業的發展過程中，除了有前述的產業發展政策外，特許、證照政策也是一項曾發揮過影響力的作爲。

至於，就營運的管制，則其層面、辦法甚多，無法一一細述，大部分可以併入下一小節政府管制政策中討論。此處可指部分營運單位數量限制的管制，譬如：分行、分公司設立的限制、新金融產品的核准等，這些雖不若凍結證照這樣的管制那麼嚴重，但確實也將影響產業內的競爭方向與程度。譬如：新設立的證券投資信託公司與客戶之契約，若要求同一格式，則無異排除「產品差異性」、「市場區隔」等競爭手段，最後必然導致唯有訴之價格競爭一途，其對該市場結構影響甚鉅，更見其重要性。

## (三) 政府管制政策



這部分的範圍甚廣，包括基於安全、衛生、環保、智慧財產權等理由，所設定的種種管制標準，以及上一小節所指出，企業營運過程中的種種管制措施，包括產品品質、規格、標準、必要的標示、使用期間、契約內容、履行義務之規定、財務報表的揭露等等。大部分這類的管制，係基於社會大眾資訊收集的成本過高，遂有透過立法強制要求廠商必須藉由前述種種標準的達成，以揭露訊息。

不過，管制措施的拿捏卻頗有爭議，過多或過度的管制，不但可能造成廠商額外的成本，甚至也會影響市場的競爭或結構。譬如：環保標準的訂定、專利權或智慧財產權保護的設計等，在現行市場機制應無法充分發揮的前提下，訂定這類管制標準似乎有必要，但其高低與程度就難以遽下論斷。

在「研討會」的討論中，有關銀行、證券業的若干聯合行爲、產業同業公會之行爲，以及總管理處、轉投資或若干不公平競爭行爲等，部分即與政府管制措施有關。甚至於類似百貨業的種種銷售行爲，可能引起政府應不應該介入干預、管制的爭議，譬如：聯合折扣、專櫃、貴賓卡等。在公平法已實施的情況下，問題的焦點恐在於這些管制措施會不會違反公平法的精神？如果有所抵觸，究竟應以何者爲準？這也是一般所謂「法律競合」的問題。智慧財產權保護、真品平行輸入的禁止與否，都會影響市場競爭，二者應如何尋求平衡？

### 三、小結

就個別產業而言，其產業特性與環境，固然受該產業內個別廠商之決策的影響，但產業活動的經濟性因素與政策性因素，仍是最具影響的二十大因素。其中，經濟性因素以規模經濟、產品差異化等所形成的進入、退出障礙爲關鍵性的結構變數；至於，產銷間的複雜關係與其契約或合意，則是另一個重要的行爲變數。這都會影響到獨占地位的取得，以及聯合、結合，甚至不公平競爭行爲，進而

受到公平法的規範。這方面以鋼鐵業、汽車業、石化業較具代表性。

至於，政策性因素則包括產業發展政策、特許或證照政策與管制政策，這些對廠商的市場競爭地位或影響力量，以及聯合、結合、不公平競爭行為亦會有所影響。甚至，若沿用「進入障礙」的概念，證照政策可以成為最強有力的人為障礙，進而產生一種人為的市場結構，小麥加工業與金融業是最好的例子。此外，水泥業的礦產權也成為一個重要的進入障礙因素，所以，控制礦產權的分配等於控制了該產業的市場結構。當然，以台灣經濟對外開放程度之高，貿易政策是產業發展政策的一重要工具，因此貿易與政策的調整，對國內許多產業的獨占地位有直接影響，這又可以小麥加工業、鋼鐵業、汽車業、石化業等曾經出現過爭議的案例獲得印證。

總之，經濟性因素與政策性因素都可能會影響市場結構或市場行為，進而涉及公平法的規範。問題是經濟性因素若可能導致不利競爭的情形，可藉由公平法審慎的執行加以調整；但若係因政策性因素所形成違反公平法的精神，恐怕就應該在公平法與其他政策上作抉擇，而不是聽任兩項政策的衝突，這方面是公平法實施後所必須面對的課題<sup>9</sup>。

## 肆、二分化市場結構與公平法之關係

公平交易法主要包括反托拉斯法（獨占、聯合與結合）與公平競爭法二部分。其中，公平競爭法部分大致上又可以分成兩類：一類是廠商必須擁有或多或少獨占力或市場力量才可能有的行為。例如：聯合杯葛、差別待遇、搭售等；另一類則不以廠商之有無獨占力為要件。例如：產品標示、仿冒、營業秘密等。就上一節的分析可知，第一類的不公平競爭行為，當然以產業的市場結構較集中化或較易聯合者，發生的可能性較高。這部分可以和反托拉斯法一起

來看待，因為都是以廠商個別或透過聯合、結合形成市場力量所產生的行為規範。

同時，根據前文的說明，廠商在產業中的獨占力主要來自二方面<sup>10</sup>：一為產業環境與經濟特性；二為政府政策與管制，包括其他法律的規範。這些因素直接、間接會影響到產業進入障礙的高低，進而影響到市場結構與廠商行為。這些發現係從個別產業的探討所得。本節則嘗試從總合（aggregation）的角度來探討整個產業（主要以製造業為準）的特性與公平法間的關係。易言之，整體製造業的市場結構有什麼特色？這些特色形成的原因與政府政策與管制有何關聯？這又與公平法有何干係？為探討這些問題，本文嘗試利用作者過去的研究，將製造業依其市場導向（market orientation）為內銷或外銷，再考量其「進入障礙」之高低，以此推論出內外銷市場可能出現截然不同的市場結構，稱之謂「二分化市場結構」。那麼此一特色又與公平法有何關聯，是下文所欲探討的。

周添城（1984）即曾利用「進入障礙」這個變數的概念與內涵，試圖從生產階段與行銷階段去探討不同的障礙型態與原因。這當中一個常被忽視的障礙因素為「稀少資源的控制」，對發展中國家言，除了勞力、技術、策略性資源外，還包括企業家精神與市場機能的失調<sup>11</sup>。同時，資金需求的障礙，經常來自金融市場的中介功能不足，這對市場結構亦有舉足輕重的影響<sup>12</sup>。此外，在行銷階段的進入障礙中，還會受社會文化背景等因素之影響<sup>13</sup>。這當中，政府產業發展政策中對內的管制政策與對外的貿易政策，扮演舉足輕重的地位。

政府在台灣發展經濟的策略，主要是民國四〇年代的進口替代政策，以及民國五〇年代開始的出口擴張政策。不過，必須強調的是出口擴張政策是建立在進口替代政策並沒有完全取消的前提下，採取的一種對外銷與內銷差別待遇的政策組合。因此，從外銷廠商來看，大多數鼓勵出口的措施都是用來抵銷進口替代措施（譬如高關稅）所加諸於廠商的成本，故稱之為「抵銷式政策組合」（offset-

ting policy package )<sup>14</sup>。

周添城 ( 1984 ) 一方面利用進口替代、出口擴張階段的政策特性，探討「進入障礙」在經濟發展過程中可能的演變；另一方面則對內銷與外銷市場因受到政策待遇不同，所引起不同的進入障礙水準，以此來推論整個製造業市場結構在時間過程和橫斷面可能呈現的型態。大致有：(1) 出口擴張階段的進入障礙較進口替代階段低；(2) 外銷市場的進入障礙也較內銷市場低的推論。因此，不同階段的總集中度會有不同。此外，再利用台灣資料加以驗證，因而獲得所謂「二分化市場結構」的推論，亦即內銷市場主要由規模較大、偏向資本密集的廠商來主導，其進入障礙與集中度均較高，故獨占力與市場力量亦較高；相對的，外銷市場主要由規模較小、偏向勞力密集的廠商為主，其進入障礙與集中度均較低，故獨占力低、競爭程度高<sup>15</sup>。

就一個國家的社會福利來看，台灣地區所出現的這種「二分化市場結構」特性，基本上是不利的。如果不考慮調整的成本與可能性，則若將此市場結構逆轉過來的話，即內銷市場競爭程度提高，但在外銷市場卻可以享有獨占力，那麼社會福利應可提高。從這一個角度，我們不禁要問：如何才能使二分化市場結構逆轉過來？就外銷市場的獨占力而言，以台灣企業在國際間的相對規模來看，恐不易達成，除非有更多大型企業由內銷轉為外銷，或自創品牌，或建立自己的國際行銷網路，或在外銷上採行銷聯盟策略等。至於，國內市場如何促進其競爭的增加，除了經濟性因素的調整外，政府可以有較大著力點的應是在政策性因素的調整。包括：產業發展政策（如貿易的自由化）與證照或特許政策的放寬、管制的解除，以及制定公平交易法排除妨礙競爭的因素與行為。

事實上，近年來因內外經濟情勢的轉變，再加上政府政策的轉變與調整，「二分化市場結構」已有鬆動跡象，這對促進國內市場競爭或提高在國際市場的影響力等都有正面功能，若能配合公平法之實施，應有積極性貢獻。從民國 75 年左右起，由於對外貿易的長

期出超，引發了新台幣大幅升值的壓力，以及國內經濟自由化政策的落實。因此，關稅大幅降低，貿易自由化政策有了顯著的進展，同時，過去採取凍結證照的高管制以及新廠商無法加入的產業亦漸次開放，例如金融服務與交通運輸。這些政策調整大致上均符合上述提高社會福利的方向。此外，一方面因匯率調整部分外銷產業須尋求海外生產據點，另一方面因內銷市場競爭增加，廠商或以多角化發展或以升級或以向外投資為因應，這不但使台灣由過去的資本淨流入轉為向海外投資的淨流出<sup>16</sup>，同時國內大型集團企業亦積極向海外發展，這將有助於提高在外銷市場的影響力。如此將改變上述的市場結構特性。

上述這些政策的調整，一方面應該會增進國內市場的競爭；另一方面會造成產業結構的激烈轉變，使工業部門自民國 75 年佔國內生產毛額比重的最高峰（42.6%）逐年下降至民國 80 年的 42.3%，製造業則自 39.7% 降至 34.2%；相反的，服務業則自 46.8% 上升至 54%。這種轉變其實有利於過去經濟失衡的調整，但卻引來產業空洞化的疑慮（周添城、吳惠林，民 79 年）。甚至，金融服務業的開放也引起部分負面的評價，殊不知金融開放與發展，一方面可望逐漸消除或降低雙元金融，另一方面亦可能打破既有二分化市場結構的現象（周添城，1992），其正面意義更應該肯定，問題應在開放的順序、幅度而已。（Shea, 1992）

那麼，在政府經濟自由化政策與產業結構轉變的過程中，對公平交易法中反托拉斯法的實行，又有什麼影響？這可以從兩方面來說明：一方面因著經濟自由化的政策，會促使國內市場競爭的增加，有利於促進產業競爭的反托拉斯法之落實，甚至彼此可以互補以強化其效果。根據周添城等人（1992）以民國 75 年資料，利用 CGE 模型探討二分化市場結構下的貿易自由化效果，發現以內銷為主、具獨占力的高集中產業，其生產可能增加或降低，主要取決於國內廠商與進口商間的勾結強度，這也再度說明除了貿易自由化的政策外，公平法中對產銷行為之規範，仍應扮演一定的角色。當然

持續的開放亦有其必要，才不會使公平法之立法目的無法達成。

另一方面因著產業結構的激烈變動，尤其是許多產業由管制到開放，使企業有機會跨入新的產業，譬如金融業的開放，因過去幾乎沒有太多民營金融事業，所以新的金融資本家大多由產業資本家擔任，這是無可避免的必然結果。同時，這也提供企業較大的多角化策略施展空間。此外，為應付來自國際更激烈的競爭，以及國際經濟區域化的發展，全球企業興起了種種國內或跨國的策略聯盟行動。（吳青松，1992）在這樣的環境下，企業利用結合、聯合等手段，施展其策略聯盟或多角化的策略，有愈趨普遍的現象，這都有可能受到反托拉斯法與部分不公平競爭法的規範或限制。當然，目前的法律對聯合與結合，並不是採一律禁止的態度。不過，因聯合行為的定義非常廣（見公平法第七條），同時其例外許可的條件（第十四條），以及申請許可之過程與內容之限制（第十五條至第十七條以及施行細則第十二條）相當嚴，有可能妨礙到事實上「對整體經濟與公共利益」無害，甚或有益的聯合行為之採行。此外，事業結合的定義也相當廣，甚至包括轉投資（第六條），同時其應申請許可的門檻不高（第十一條），亦可能使企業因應環境變化之結合行為受到節制。這也是「研討會」中部分文章所指出將來修法的一個重要方向，值得公平會參考。

事實上，以台灣這種小型開放經濟，國內市場的壟斷當然與外來競爭息息相關，除了產銷間行為的規範外，如何在獨占、聯合、結合等反托拉斯法的施行中，加入「開放程度」這個變數的考量，把達一定以上開放程度產業的結合、聯合之規範予以剔除，或快速通過審核，以便有較大的企業策略空間供事業作為因應國際、國內經濟情勢轉變之需，而把消除妨礙競爭的「管制點」移至結合、聯合「後」的行為規範。因為，長期而言，「對外開放程度」應該仍可以作為制衡國內壟斷，亦即所謂的「進口規約」（import discipline）的一個重要因素。有了外來的制衡，即可適度放寬對結合的規範，這已經成為歐洲共同體新合併政策的主要精神。（

Jacquemin et al. 1989 )

此外，國內仍有部分的政策與公平法所揭櫫的促進產業競爭不一致。例如：仍有部分政府管制所形成的進入障礙，會大大影響公平法執行的效果。以電視台的頻道為例，如果不加以開放或者不引入其他替代品（譬如：社區電視、第四台、有線電視等）的話，那麼，三台的壟斷地位就無法打破。此時，主管機關（行政院新聞局）的管制，包括廣告時間的限制，將使廣告的差別取價或搭售行為難以根除，這可以說是一個具體的例子。此外，金融業、小麥加工業、水泥業之市場結構，大多受政府證照政策之影響，這方面若不調整而欲完全依賴公平法，則將是事倍功半。

## 伍、結論

公平交易法與產業發展的關係，可以就個別產業、個別廠商加以討論。本文則嘗試將不同個別產業的研究加以歸納、比較、分析。此外，整體產業組織的特性與演變方向，應有助於提供作為公平法執行或修改時的參考，因此本文指出「二分化市場結構」亟需予以轉變，其方法則是對內管制政策的解除，對外貿易政策的開放，再搭配公平法的執行。不過，須要強調的是，如果其他經濟自由化的政策不夠落實，單單依賴公平法以追求產業競爭，將事倍功半。同時，由於近年來自由化政策的推動，國內產業結構正面臨極大的轉變，這一方面有助於公平法的執行；但另一方面卻因結構轉變與管制開放，使企業須要有較大的結合與聯合行動空間，而可能受到公平法執行時的限制。此時，可能產生結構調整政策與公平法間的不一致或不協調，這應是探討公平交易法與產業發展關係時，相當值得注意的。

針對這一點，固然可以在修法時予以檢討，儘量降低因公平法的施行而對產業結構轉變所達成的限制。若以歐體合併政策為例，

一個產業之「對外開放程度」可以作為公平法應否施予事先、預防性規範的判斷標準，開放程度愈高則公平法的施行重點可以置於事後的校正。這不但可減輕公平會之執法成本，亦可使企業有較大的策略決策空間，有利產業結構之調整。當然，具體的作法，可以從公平法的修正，或施行細則的修改，抑或是公平會在作個案決議時的考量。這就有待進一步更深入的分析了。

## 註 釋

- 1 截至民國 81 年 8 月底止，公平會共計收到申訴案與檢舉案達 673 件，已結案者計 411 件；請釋案收到 152 件，已結案者計 109 件。在審議處理的 100 餘件案件中，較重要而經審議做成解釋之案件有 40 餘件，做成違反公平交易法而予處分之案件有 19 件，做成不處分之案件有 50 餘件，依公平法規定准予聯合、結合之許可案件有 6 件。
- 2 策略聯盟的討論因非針對某一特定產業，故文中未分析市場界定問題。此外，徐火明（1992）在百貨業的討論中亦略過不提。
- 3 尤英夫律師於 81 年 2 月 8 日具函向公平會要求制止台灣證券交易所，強制各券商收取固定之證券買賣手續費一案，雖已經公平會作成決議，但仍屬兩法衝突的一例，可參閱劉紹樑（1992:13-16）。
- 4 由於陳坤銘（1992）所使用的資料為產量（或產值），未顧及進出口的調整，故其資料或可稱為「生產者集中度」（producer concentration）而非賣方集中度（seller concentration），該資料作為獨占認定將可能產生偏差。譬如：國內雖只有一家生產廠商，但卻有大量進口的情形，文中資料就可能有誤導。有關這方面的探討，請參閱周添城（1988）。
- 5 有關研發策略聯盟（共同研究）與生產策略聯盟（共同生產）所



產生之福利效果，可參閱何志峰（1992）。

- 6 該文作者認為「獨占力」不能與「市場力量」混淆。然而，產業經濟分析中，有關獨占力（monopoly power）、市場力量（market power）與獨占程度（degree of monopoly）常視為可交換使用的同義字。有關討論，請參閱 Encaoua and Jacquemin (1980)、Donsimoni et al.(1984) 與 Clark et al.(1984)。
- 7 本節主要改寫自作者在前述「研討會」綜合討論中的發言，這部分亦已收錄在該研討會論文集，頁 475-478。
- 8 產業政策可分成產業發展政策與產業競爭政策（industrial competition policy）二部分，後者為促進產業競爭為目的，「反托拉斯法」即屬此範疇。有時候，這二範疇可能出現政策目標與手段相違，而須要作取捨「trade-off」的情況。
- 9 這方面涉及到法律的經濟分析與將濟問題的法律化，從「研討會」到常見的的辯論，可以發現不同學科訓練者的觀點常有不同，這或許是在解決政策衝突時，必須先突破的一關卡。
- 10 除了政府管制與貿易政策外，若以「價格——邊際成本差額」（PCM）表示獨占的話，則其成因還可區分為「效率」與「獨占」，見 Clark et al.（1984）。本文視此均為經濟特性因素。
- 11 有關企業家精神這個重要因素的不足，可參閱 Leff(1978,1979a 和 1979b) 一連串的研究。
- 12 周添城（1992）即嘗試探討在金融受壓抑而呈現雙元金融體制下，對二分化市場結構的影響，以及二者間的相互運作關係。
- 13 Schimaguchi（1980）對日本行銷系統的研究，說明文化、社會因素的重要性，這是外貨難以進入日本市場的一重要因素。
- 14 有關這方面的討論，參閱 Chou（1985）。當然，這種政策組

合也具有「以內銷貼補外銷」的功能。

- 15 有關二分化市場結構的討論，除周添城（1984）的文章外，還可參閱 Chou（1988a 與 1988b）。
- 16 海外投資的資料始終不夠周全，不過，若以到東南亞與大陸地區的投資，則外銷型中小企業仍為主要對象，其政治經濟的意義可參閱周添城（1989）。至於由資本輸入到輸出的轉變，則可參閱周添城（1991）。

## 參考資料

王國樑

- 1992 「公平交易法與石化業發展」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

吳青松

- 1992 「各國公平交易法對產業研發策略聯盟規範之比較探討」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

何志峰

- 1992 「共同研究、共同生產之理論模型與反托拉斯政策分析」，國立中央大學產經所碩士論文。

周添城

- 1984 「工業化對產業組織結構影響的理論與實證：我國產業組織結構轉變之研究（上、下）」，企銀季刊 7(3/4)：96-111, 74-88。
- 1988 「開放經濟的產業集中度——台灣製造業個案研究」，經濟論文 16(1)：113-150。
- 1989 「權力邊陲的中小企業」，見蕭新煌等人（編）：壟斷與剝削：威權主義的政治經濟分析。台北：台灣研究基金叢書。
- 1991 「台灣地區直接外人投資與貿易」，法商學報 25：365-39

7。

1992 「台灣金融管制與經濟發展：雙元性金融體系與二分化市場結構」，台灣地區金融及財政政策學術研討會。台北：國立台灣大學經濟研究所。

周添城、吳惠林

1990 「台灣產業結構轉變與產業空洞化」，自由中國之工業 74 (4): 11-26。

范建得

1992 「公平交易法對汽車工業之可能影響」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

高人龍

1992 「公平交易法與平板玻璃製造業之研究」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

徐火明

1992 「公平交易法對百貨業之影響」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

莊春發

1992 「公平交易法與台灣水泥業發展之研究」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

孫克難、楊雅惠

1992 「公平交易法對銀行業之影響」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

陳坤銘

- 1992 「公平交易法與鋼鐵業之研究」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

蔡明誠

- 1992 「電腦硬體業與公平交易法」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

劉紹樑

- 1992 「公平交易法對證券業的影響」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

劉祥熹

- 1992 「公平交易法與農產品進口之分析——小麥加工業之個案研究」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

鄭哲民

- 1992 「公平交易法與電腦軟體業關係之研究」，公平交易法與產業發展學術研討會。台北：國立中興大學與行政院公平交易委員會。

Baumol, W.J., J.C. Panzar and R.D. Willig

- 1982 *Contestable and the Theory of Industrial Structure*. San Diego, Cal.: Harcourt Brace Jovanovich.

Caves, R.E.

- 1987 *American Industry: Structure, Conduct, Performance*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc., 6th ed.

Chou, T.C.

- 1985 "The Pattern and Strategy of Industrialization in Taiwan-Specialization and Offsetting Policy", *The Developing Economies* 32(2): 138-157.

Chou, T.C.

- 1988a "The Evolution of Market Structure in Taiwan,"  
*Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali* 35(2): 171-194.

Chou, T.C.

- 1988b "Concentration and Profitability in a Dichotomous Economy : The Case of Taiwan", *International Journal of Industrial Organization* 6(4): 409-428.

Clarke, R., S.W. Davies, and M. Waterson

- 1984 "The Profitability - Concentration Relation : Market Power or Efficiency ? " *Journal of Industrial Economics* 32(4):435-50.

Donsimoni, M., P. Geroski and A. Jacquemin

- 1984 "Concentration Indices and Market Power : Two Views," *Journal of Industrial Economics* 32(4): 9-34.

Encaoua, D. and A. Jacquemin

- 1980 "Degree of Monopoly, Indices of Concentration and Threat of Entry , " *International Economic Review* 21(1): 87-105.

Jacquemin, A. A.P. Buigaies and F. Lizkovitz

- 1989 "Horizontal Mergers and Competition Policy in the European Communities." *European Economy* 40.

Leff, N.H.

- 1978 "Industrial Organization and Entrepreneurship in the Developing Countries : The Economic Groups,"  
*Economic Development and Cultural Change* 26(4):661-675.

- 1979a "Entrepreneurship and Economic Development : The Problem Revisited," *Journal of Economic Literature* 17:

46-64.

1979b "Monopoly Capitalism and Public Policy in Developing Countries," *Kyklos* 32(4):718-738.

Shea, J.D.

1992 "The Welfare Effects of Economic Liberalization Under Financial Market Segmentation : with Special Reference to Taiwan," *Academia Economic Papers* 20(2):697-716.

Shimaguchi, M.

1980 *Japanese Distribution Channels : Tradition, Customs, and Evolution*, L.L.N. : Japan-Europe Economic Research Center.

# 公平交易法執行的回顧與檢討

劉紹樑\*

## 壹、序言

產業經濟學與公平交易法（至少公平交易法前半段的自由競爭法，亦即 antitrust law 的部份）可以說是息息相關，甚至可說達到「法律學爲體，經濟學爲用」的地步。公平交易法（下稱「公平法」）於民國 81 年 2 月 4 日實施，並由行政院公平交易委員會（下稱「公平會」）主要負責執行的工作，使得產業經濟學的一些問題走出書本、課堂的知識、政策領域，走入公平會等主管機關、法院的現實世界。在我國重返關貿總協定及加入烏拉圭回合貿易談判的同時，不但海島型市場面臨開放及調適的問題，市場法的功能也是亟待深入研究的主題。

本文試圖從實務及理論兩方面回顧並檢討公平交易法的執行。準此，本文先探討案例對公平法目的的闡釋，再從時的效力觀察公平法的適用，在進入公平法條文探討之前，並且探究公平會對「事業」的釋示。本文接著探討公平法下有關結合案件執行的實例，再回顧公平會對獨占行爲案例的探討。目前已發生的聯合行爲案例，也是探討的對象。除此之外，公平會對規範轉售價格之約定以及對不當限制交易相對人營業活動方面，也累積了相當多的處分及釋示案例，這些行爲及利誘、差別待遇行爲的執行實務及理論都是回

---

\* 理律法律事務所律師暨東吳大學法律研究所副教授

顧的對象。最後一個研討的領域，是公平法除外規定適用的執行實例。

歸納這些實例之後，本文對公平法執行的展望提出個人的結論，以供立法者、執法者、實務界以及學術界的參考。當然，本文的採樣不很完全，大致上，它是以「行政院公平交易委員會公報」（下稱「公報」）為「原始」的研究資料，而且因為只取材至民國81年9月30日刊行的公報，等於是只引用半年來公平法實行的案例。不過，個人認為這些案例仍有相當的代表性；而且，從「案例」到案例法(case law)總會有個粗淺的開始，或許本文至少有此一功能。

## 貳、探究公平法的目的

公平法第一條明示其立法目的為「維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，促進經濟之安定與繁榮」。對於這些多元的目的如何解釋，個人認為會因時、空背景而時有爭論（劉紹樑，1990:26），也和「意識型態」息息相關（劉紹樑，1991:2）。以競爭法實施歷史最悠久的美國而言，一百年來迭有爭議，迄今仍在探討休曼法(Sherman Act)反映的政治經濟目標為何（Sullivan, 1991）。到底公平法的目的何在？一種方式當然是去追查立法草案理由及立法院的辯論，譬如：前經濟部長李達海在民國75年6月26日，於立法院經濟、司法兩委員會審查公平法草案時，曾指出：「競爭係公平交易法之核心，……市場有競爭，始能促進資源之合理分配及提高事業經營效率；而且競爭能使現居於優勢地位之強者，時時受新進競爭者之挑戰，在顧及潛在競爭者崛起或弱者轉強之可能時，須不斷提高其所提供貨物或勞務之品質，以保持其優勢，且不致於濫用其優勢地位，故維持競爭尚可使各國經濟力量相互牽制與制衡。總之，整套公平交易法律在確保一個公平競爭之環境，以維護



交易秩序，準此，執行公平交易法時，須體認公平交易法之任務在保障「競爭」，而非保障競爭者，更非保障低效率的競爭者。」<sup>1</sup>。由立法者的原意來看，資源分配的效率及國際競爭力的維持，雖然未見諸第一條條文明文的規定，應該也是公平法所要達到的目的。

另外一種探究公平法立法目的為何的方式，不是看「說」的是什麼，而是「做」的如何。依照這種方法，公平會的處分書、許可書、研釋意見書，以及法院的判決、判例就是重要的參考資料（惟目前似乎尚無有關自由競爭法方面的國內判決）。當然，不予處分或不予許可、不予研釋的案例，不一定出現在公報之上，卻也可能是重要的意見<sup>2</sup>。所以，這種案例研究也不是完全採樣的方法。縱然如此，迄今已有七個相關案例可以供吾人窺測公平會認為公平法的目的為何（包括其認為不屬公平法之目的）分述如下。

## 一、農糧及經貿政策

在(81)公聯字第○○一號許可決定書之中<sup>3</sup>，公平會准許台灣區麵粉工業同業公會及其關係會員等卅五家公司聯合採購小麥、聯合裝船保險，可至83年12月31日止，但自民國82年6月1日起，申請人對小麥進口人之資格，不得有違反公平法之限制。這項許可案的準據為公平法第十四條，其要件之一為「符合整體經濟利益」。該許可決定書提及「當前」整體經濟利益，又提及「於目前國內港口散裝穀物碼頭及鐵路車皮有限情況之下，可減輕港口壅塞、並避免內陸運輸調度失當」，似乎壅塞、陸運狀況也是公平法關切的課題。此外，該決定書認為本案「易於配合國內農糧與經貿政策」。由此可見公平會所關注的政策目的亦包含產業政策，而不僅限於前述在市場正常運作之下之資源分配效率。

## 二、會員員工福利與休閒之需求及社會習慣

在公研釋〇一一號函之中<sup>4</sup>，台灣青果商業同業公會聯合會函詢由公會統一休市是否違反公平法。公平會認為這種同業間決議的目

的不在影響生產、商品交易或服務供需之市場關係，而係基於「會員員工福利與休閒之需求」，為一種例行性的休假，而不致妨礙市場之功能，應無公平法的適用。如暫不論此一分析是否有產業經濟學上的依據，似乎「會員員工福利與休閒之需求」這種非完全的經濟因素，以及例假的「社會習慣」亦非公平法為追求競爭時所願捨棄的價值<sup>5</sup>。

### 三、公益活動

在公研釋○二三號函之中<sup>6</sup>，中興紡織公司申請釋示利誘、供應價、售價、獎勵方式不一等問題。公平會認為：「對於慈善機構鑒於公益原因給予較低之供應價等情形」，尚不會構成違反公平法第十九條第二項禁止差別待遇的情形。換言之，這種見解似乎認為：既然為配合慈善機構的公益活動，應該就不是競爭行為，也就不在競爭法適用範圍之內。

### 四、環保（飲水）政策

在公研釋○二九號函之中<sup>7</sup>，行政院環保署申請釋示由國庫補貼生產包裝水，並以接近產銷成本價格提供予民衆，以改善飲水，是否違反公平法。公平會的釋示卻與前述公研釋○二三號函旨趣不同，原則上，該會認為這種情形可能使受補貼之飲水工廠在競爭上處於優勢，可能造成不公平競爭或限制競爭的結果。換言之，雖然改善民衆飲水品質也是符合公益的措施，但是，不能以違反公平法之中競爭地位平等理念的方式達成此一目標。

### 五、國輪競爭能力

在(81)公壹字第○一九二四號函及(81)公結字第○○一號許可決定書之中<sup>8</sup>，裕民航運公司與中裕航運公司申請合併獲得許可，依公平法第十二條，結合案准駁的標準為「對整體經濟之利益大於限制競爭之不利益」，該許可書除列舉此結合案對個體經濟方面的正

面效果（如提昇效率、增加經濟規模等）以外，亦說明「近 10 年來，國輪承運比例約為 27 %－39 %，外輪比例則約為 61 %－73 %，兩公司結合後，因船舶載重噸增加，航隊較具規模，有利船舶調派，應可提高運送能力，強化國輪競爭能力。」似乎提昇「本國」業者的競爭力這種重商思想及產業政策，也是公平法所想要達到的一個目的。

## 六、維持就業

在 (81) 公壹字第〇八一〇四號函及 (81) 公結字第〇〇二號許可決定書之中<sup>9</sup>，日商第一勸業銀行公司台北分行申請受讓華盛頓太平洋銀行公司高雄分行主要部份營業、資產及負債，獲得公平會核准，該會於許可理由之中指出：「結合後由於美商華盛頓太平洋銀行高雄分行人員獲日商第一勸業銀行全數留用，亦有維持就業之效果。」這個重視就業率的理由固然可視為發揮人力資源分配效率的個體經濟因素，但亦可視為一種社會政策（尤其是結合案往往為精簡人事，減少成本，發揮效率，反而還可能造成失業等社會問題）。

## 七、避免政府財務負擔及保密

在公研釋〇三四號函之中<sup>10</sup>，台灣省政府申請釋示該省政府印刷廠承印所屬各機關之文件是否違反公平法。公平會認為該廠隸屬於省政府秘書處，並不對外營業（此點似有待商榷），而「其設立宗旨係在不增加政府財政負擔及確保機密文件安全之原則下」，承印省屬各機關、學校各類文件、書刊。因此，此一行為雖屬「私法關係」之業務行為，但是，「與其他同業並不具有競爭關係」，難認有公平法之適用，因此，也不必依第四十六條的除外規定報請行政院許可。與前述環保署案相較，同屬營業行為的印製業務，因印刷廠具組織法地位（但接受環署補貼者亦可能為政府機關，自來事業單位），為了避免政府自己財政負擔及確保文件機密安全，則視為不在公平法適用的範圍之內。換言之，避免省府財政負擔及文件

機密性亦為公平法所應達到（或稱不應妨礙）的目標。

綜前所述，似乎對這些函釋並無法完全以一致的法律邏輯與產業經濟學理來予以解釋。但是，吾人似乎可以歸納如下：

第一、公平法所關切的經濟政策目標，似乎包括「強化國輪競爭能力」（中裕、裕民結合案）、「配合國內農糧貿易政策」（小麥聯合進口案）等產業政策等目的。因此，如果說公平法是「經濟憲法」（即 *economic magna carta*，也就是說它對達到一定經濟目的的其他工具如經濟管制法令，或是反映產業政策的行政指導措施具有優越性），似乎在這些案例之中不一定可以得到支持。當然，吾人亦可說在這些案例之中，相關的產業政策「正好」與公平法的規定與理念互不衝突，但是如果公平法是要達到提高資源分配效率、發揮市場機能的較中性效果，似乎也不必在這些函釋之中加具有關產業政策的理由。

第二、公平法所關切的立法目的似乎也包括非（傳統上）經濟因素，如重視休閒（青果社聯合休市案）、減少政府財務負擔（省政府印刷廠案）、避免失業（第一勸業銀行案）、抒解陸運港口壅塞（小麥聯合進口案）、支援慈善事業（中興紡織公司案）等因素。但是，改善飲水品質（環保署案）則不在此限。這種政治社會因素的考量，會使競爭法的執行複雜度更為增加，但是在日益泛政治化、利益團體勢力日益高漲的現階段台灣社會，這似乎又是免不了的趨勢，這是「正選擇」抑或「逆選擇」？也是值得注意的問題。

第三、前文已提及這種案例採樣並非完美。個人也不確定公平法會提出前述各種理由之時，是較關切解決眼前的問題？或是較關切解釋統一性的掌握？從法律人的角度來看，這是個別案例 (*cases*) 可否形成判例法 (*case law*) 的關鍵；對於工商業及消費者而言，這是否能形成一致期待以及因應原則的問題；對於產業經濟學者，這或許是提供一個機會，來再思考不同經濟政策工具（反托拉斯、國營事業、經濟管制）之間的互動關係，以及在台灣兼採三種措施的大環境之下，何種措施較為妥適<sup>11</sup>。

### 參、公平法有關時的效力

從一個沒有競爭法制的階段過渡到一個有相當嚴密的競爭法制（如公平法）的階段，如何適用新舊法制？這不但是法律人關心「時的效力」的問題，在產業經濟上也涉及調適的問題。公平法第四十九條規定了一年的「調適期間」，從產業經濟學的角度來看，對許多產業當然是不夠。但是，如果從公平法草案自 75 年 5 月即由行政院咨請立法院審議的「警訊」來看，則有將近六年的時間。再者，筆者在研究公平法對證券界可能的影響之時，得到的結論是：「在（公平法早自民國 71 年開始研擬）這 10 年期間之中，證券市場自由化、國際化的原動力來自於國內外政治經濟環境而造成的『產業政策』，而非來自公平法」（劉紹樑，1992a:2）。這 10 年來市場的急遽變化，理應加強事業因應公平法這種「市場法」的體質。

公平會迄今涉及時的效力的案例計有台電公司接受金、馬電力事業全權委託經營案<sup>12</sup>、台北縣錄影帶同業公會申請釋示案<sup>13</sup>、美商美國商業銀行與華盛頓太平洋銀行結合申請釋示案<sup>14</sup>，保生、保祥公司競標 B 型肝炎疫苗處分案<sup>15</sup>等四個案件。大致上，公平會的處理態度是以相關行為是否在公平法施行之後是否繼續，做為公平法是否適用的依據。在美國銀行申請結合案之中，則以申請結合的門檻條款（前一會計年度總銷售額超過新台幣廿億元）遲至民國 81 年 4 月 1 日才公布，而其台北分行之轉受讓案業經財政部金融局核准，所以，不必依公平法申請結合。原則上，這也是對在相關法令實施（包含標準確定）之後的行為才適用公平法，可謂妥適的解釋。

#### 一、狀態與繼續行為之區分

較有深究必要的是台電受託經營金馬地區供電的案例。雖然委

託經營的「狀態」仍然在民國 81 年 2 月 4 日之後繼續存在，但是公平會認為：此一委託經營的「行爲」在公平法實施之前（即民國 80 年 7 月 1 日）已完成，所以，依法律不溯及既往的原則，可以不必依公平法第十一條的規定申請結合之許可。公平會的決議是否獨偏台電公司？個人認為實非如此。此一解釋的重點在澄清「狀態」與「行爲」在法律上的不同處遇。法律人對於「狀態犯」（如重婚）以及「繼續犯」（如私行拘禁）本來就有區分。公平法第六條第一項有關結合行爲的定義又涉及這兩種概念的灰色地帶。譬如：該項第二款所稱「持有」他事業股份或出資似乎是靜態的狀態；「取得」他事業股份或出資則似乎是動態的行爲。同理，該項所述「與他事業經常共同經營」或「受他事業委託經營」也是一旦開始就一直持續的狀態；「直接或間接控制他事業之業務經營或人事任免」（即實務上常見的關係企業總管理處）也是一種持續的狀態。如果在公平法實施之前，即有持有股權、共同經營、委託經營、或控制經營、人事的狀態，在公平法實施之後如需一一申請結合，則與法律不溯及既往的原則無法調和。所以，公平會對於第六條第一項條文中的「靜態」文字與「動態」文字予以區分，應是妥切的做法<sup>16</sup>。

#### 肆、公平會對事業的釋示

公平法第二條明定事業的定義，而綜觀公平法全文，公平法的適用對象皆以「事業」為限。所以，原則上，事業的定義為何也就決定了公平法適用範圍。大致上，這個課題是法律人較關切的問題，但是也有產業經濟學上的意義。畢竟市場與企業 (market and firm) 的劃分會有灰色地帶，二者也是相輔相成 (Coase, 1937; Alchian and Demsetz, 1972; Jensen and Meckling, 1976)。第二條的定義包括公司、獨資、合夥、同業公會、以及「其他提供商品

或服務從事交易之人或團體」。迄今，公平會的釋示、處分案例對事業的闡釋十分豐富，以下分述如後：

## 一、外商在台分公司

在(81)公貳字第〇七六六四號函之中<sup>17</sup>，公平會對經銷雅詩蘭黛(Este Lauder)的美商怡佳公司以違反公平法第十八條及第十九條第六款為由予以處分。從此一處分書雖然看不出來怡佳公司的身分，但以其址設台北市，冠「美商」稱號，似乎是外商台灣分公司。準此，外商分公司可謂公平法第二條第一款或第四款所稱的「事業」，殆無疑義。此一見解也在美商美國商業銀行台北分行轉受讓資產案中予以肯認。此外，在公研釋〇二四號函之中<sup>18</sup>，北美事務協調委員會為美國在台協會關切公平法限制外國運輸者活動是否有差別待遇一事申請釋示，公平會之回覆為該會認為第四十六條的除外規定對國內外事業一體適用。

## 二、母公司與子公司

在公研釋〇二一號函之中<sup>19</sup>，義新公司申請釋示與其子公司合併是否應依公平法申請核准，經公平會釋示採肯定說之後，對義新母子公司結合案，公平會於(81)公結字第〇〇三號函許可決定書予以核准<sup>20</sup>。母子公司在法律上雖然是兩個法人，各具獨立的人格，算是兩個事業，但是在經濟上是同一實體，算是一個事業。從公平會對此一釋示及許可案的立場，可以看得出來該會是採法律上的見解，而非依據經濟上的理念來詮釋「事業」的概念。義新案中的子公司為義新投資公司，本身並不從事營業活動，可說實際上只是一本會計帳簿而已。此一投資公司的背景，或許係公司法於79年修正前，對依該法第十三條所做的轉投資總額有不得超過實收資本額百分之四十的限制，所以設立投資公司可「規避」此一規定（因投資公司本身不受此一轉投資比例限制）。所以，此一結合案事實上形同「紙上作業」。但是，如果在未來有兩家公司互為母子公司（或

其他型態之關係企業），實際上也從事同一類業務活動，而互相訂定契約或其他協議，此時，是否適用公平法第十四條規範聯合行為規定？依公平會對義新案的立場，似乎應該如此認定，但是，如果依產業經濟學的理念，同一關係企業集團成員或是母子公司往往互相不會從事實質競爭，因此雖然因為係同業，而在公平法第七條之下，可謂具有「競爭關係」，實則非然。美國聯邦最高法院在 1984 年宣判的 *Copperweld Corp. v. Independence Tube Corp.*<sup>21</sup> 一案之中，即採同一經濟實體的理論，因而認為無所謂聯合行為可言，歐洲共同體對此問題的立場，也是如此（Huie, 1988:307）。在義新案之後，我國公平會及司法界對此一問題的最終立場有待觀察。

### 三、慈善機構

在前述公研釋○二三號函之中<sup>22</sup>，公平法似乎認為對「慈善機構」予以優惠價格不會構成違反公平法第十九條第二款有關差別待遇的規定。換言之，公平會似乎認為慈善機構也是公平法下所稱的事業。不過，第十九條第二款規定地很清楚：「無正當理由，對『他事業』給予差別待遇之行爲。」而且公平法第二條第四款對「事業」的定義要求「提供商品或勞務」以及有「從事交易」行爲等要件。對於安養院、育幼院、殘障同胞收容中心等慈善機構，似乎不太可能在社會概念上，把這種往往是無償的救助行爲視為商品或服務交易；在經濟學上也認為此是一種不具經濟活動性質的利他行爲 (altruistic behavior)。此時，如認為渠等構成公平法下的「事業」，似乎從文義解釋及理論分析上都說不通。但是，如果我們認為財團法人長庚醫院這一類公益團體也算是慈善機構，因為其有事實上提供商品（如藥品）或服務（如醫療）之行爲，而且有收費之事實，對於其屬公平法下的事業這一點，則無疑義。

### 四、代客記帳業者

在公研釋○二八號函之中<sup>23</sup>，中華民國稅務會計記帳代理業職



業工會全國聯誼會申請釋示收費參考標準是否違反公平法。公平會認為其會員屬「無固定僱主之勞工，其實際從事之服務內容與一般受僱於公司之會計記帳人員無異，欠缺『事業』所應具有之獨立性」，因此，非屬公平法第二條所稱之事業。準此，其「職業工會」亦非「同業公會」，也無公平法第二條第三款之適用。既然如此，當然其收費參考標準不在公平法管轄範圍之內。

此一釋示案似乎有數點可議之處：第一，它並未依照公平法第二條對事業的定義規定來研析代客記帳業者是否事業。這些業者有提供勞務從事交易（承攬記帳業務）的行為，似乎理應構成公平法下的事業，而且似乎還是獨資的事業。本釋示函認為這些人是「勞工」，又認為還是「無固定僱主」之勞工，其工作性質與公司內部記帳人員無異，因此欠缺「獨立性」，似乎於法理上未深究承攬或委任契約與僱傭契約的差別，在經濟學理上，也等於不承認有出售勞務的「個體戶」存在。第二，據筆者對代客記帳業之了解，它是介於地上及地下業者之間的「灰色產業」。一方面他們以獨立的身分（甚至有些人其實是業務量少的會計師）「私下地」為中小企業記帳，但不一定出現在其帳冊上簽章表示負責的會計人員之內，而賦稅機關為達到中小企業廣為設帳的目的，實際上也有整合這些獨立業者，並為他們開設研習班的措施<sup>24</sup>。第三，如果公平會在本研釋案中所採用的邏輯正確，那麼，似乎也可認為個人車行的計程駕駛人與服務於台塑公司替王永慶先生開車的人地位相同；自行執業的律師與受僱於公司法務室的法律人員地位相同；自行執業的會計師與受僱於公司的會計人員地位相同。這種結果會使得一般認為是「自由」業的個體事業都不在公平法的管轄範圍之內，所以似乎很難成立。

個人懷疑此一釋示的「心結」是否在一開始把代客記帳業者視為「勞工」，因此，在感情上認為是需要保護的對象？如是，則似乎犯了預設立場 (result-oriented) 的錯誤。此外，提供勞力的人是否一定是經濟上的弱者？其實，這要看其提供勞動時所創造的附加附

加價值高低而訂。對於前述的律師、會計師等行業，一般人不會認為是「勞工階級」，但是對計程車駕駛業則可能會認為如此，或是即是此一原因。同理，如華裔職業網球小將張德培也是出售（高附加價值）勞力的個體業者，只不過他不但不是在經濟上的弱勢勞工，而是有富翁身價的個人。從這些例子我們也可以看出來：職業運動或演藝活動的興起，使得個人也會被認為是從事經濟活動的行為主體，而不是依附於某一球會、聯盟或電影、電視、唱片公司的僱員，這也是美國的反托拉斯法為什麼也會適用到職業運動界以及演藝界的原因 (American Bar Association, 1992a: 90-91)。公平會對代客記帳業釋示的正確性，似乎有再思考的餘地。

## 五、工會

在公研釋○二五號函之中<sup>25</sup>，公平會認為工會「僅得在特定條件下可為『交易行為』之主體，如依工會法第五條第四、六、七款等規定，工會得提供服務從事交易，方屬公平法第二條所稱之事業。」，而且，工會也可能是公平法下的「交易相對人」。換言之，工會可能是公平法下之事業。這個釋示和前述公研釋○二八號函（代客記帳業案）似乎也有相當大的矛盾。在公司受僱的會計人員與代客記帳業者如果都是「勞工」，但前者組成的工會依公研釋○二五號函可能構成「事業」，但是代客記帳業者的「職業工會」或業者本身都不是「事業」，似乎難以自圓其說。此外，產業工會本來就是勞工的集合體，而勞方所主張的「團體協約」(collective bargaining agreement) 本來就是勞工之間約定工資、職位、職等分類的卡特爾，只不過因為自二十世紀初開始，勞工運動以及勞工法令蓬勃發展，似乎一般人不願意接受這也是公平法可以規範的想法，公研釋○二五號函可能就反映此一背景。其實，依照美國的克萊登法 (Clayton Act )，工會也可能是從事貿易障礙的當事人，而且在某些情況之下，為反映勞工政策（如罷工等集體杯葛行為），尚可享有豁免。(American Bar Association, 1992b:1119-1126) 但

既可豁免，則必須在概念上先構成從事經濟活動的「事業」。至於工會在何種情形之下會有違反公平法的行為，公研釋○二五號函認為要個案認定。其中一個問題是非法罷工（即英美勞工法上所稱之 wild cat strike）是否係違反公平法第十四條或第十九條第一款的集體杯葛行為？似乎要等下一次工運熱潮才有可能見分曉。

## 六、政府機關、事業單位、財團法人

在前述公研釋○二九號函（環保署函詢補貼生產包裝水案）之中，公平會認為接受補貼初期開發經費之「行為主體雖可能為政府機關，自來水事業單位、民間企業或其他財團法人，惟其設置目的在於製造、銷售飲水，不論其將來組織型態如何，皆屬公平交易法第二條所稱之事業。」換言之，是否事業，與是否具有政府組織法下機關的地位無關，也與是否以營利性為目的無關。衡諸公平法第二條的定義，以及這些單位都在從事銷售行為之經濟活動的事實，本研釋函可謂允當。

不過，在前述公研釋○三四號函之中，公平會卻認為省政府印刷廠並非公平法上所稱之事業。其理由大致如下：第一，按省政府所訂之省政府印刷廠組織規程（此為一行政命令），該單位屬於秘書處，其業務為承印省府所屬各級機關（構）之文件，為「不對外營業之省營『事業』機構」。第二，其設立宗旨在不增加政府財務負擔及確保機密文件安全，而承印省屬機關、「學校」各類文件、書刊。第三，雖然該印刷廠與各機關之業務關係具有「私法關係」存在，然因其係不對外營業之事業機構，又在省府組織規程之規定內，其「營業活動」與其他同業，並不具有競爭關係，難認有公平法之適用。

此一研釋函數度提及「事業單位」及「營業活動」，最後卻認為省府印刷廠並非事業，此為有趣之處。此外，依公研釋○二九號函（環保署補貼包裝水工廠單位案），行為主體「雖可能為政府機關，……不論其將來組織型態如何，皆屬公平交易法第二條所稱之

事業。」所以，這兩個意見之間，似乎又有矛盾。再者，省府印刷廠承印「省屬」各級學校的文件、書刊是否仍屬「不對外營業」，也有疑義。司法院大法官會議在民國 81 年 11 月 14 日做成釋字第三〇八號解釋，認為公立學校教師不兼行政工作者，即不適用公務員服務法，再度顯示出公、教日益分別處遇的大趨勢。省府機關和省立學校的關係也不宜依傳統的「公」務機關概念來解釋。而且，公研釋〇三四號函也承認這種印學校書刊的行為是私法關係，個人即很難接受省府印刷廠不對外營業的見解。而且，如果省政府印刷廠承印學校書刊、文件，則民間同業無法承包，這不但有競爭關係，而且是一個民間事業單位因為非市場因素，競爭不過政府事業單位之例。如再深究此一問題，則承印學校書刊也須在省府內部付費及編列預算。因此，是否可以減少財務負擔或許也是見仁見智，其實，這正是前述市場與企業 (market and firm) 之間選取的問題。不過，依前述公、教分立的原則，省屬印刷廠及省立學校似乎還不能算是產業經濟學上的同一事業單位 (firm)。

這兩種不同的研釋見解，似乎各有其他案例採取相同立場予以支持。譬如：在公研釋〇三七號函之中<sup>26</sup>，桃園縣政府為承辦民國 82 年台灣區運會，擬制訂「商品特價優待要點」，申請釋示是否違反公平法第十四條有關聯合行為的規定。公平會認為參與之事業共訂低價，尚非聯合行為。但是，此一優待要點為縣府所訂，其是否違反公平法？依該釋示函之主旨欄，似乎此點才為問題之所在。不過，公平會似乎避開了縣政是否事業的問題。此外，在公研釋〇三八號函之中<sup>27</sup>，台灣省政府申請釋示「台灣省學生團體保險辦法」第二條是否違公平法，公平會則認為此一保險係政府開辦（但未說明其法律依據何在），再委託台灣人壽保險公司「代辦」，因此「具備社會保險之強制性及持續性，……故應屬公法行為，並非公平交易法上所稱『事業』之活動，因此無公平交易法之適用。」本釋示函未說明開辦及代辦之「法律」依據，與中央存款保險條例等存款保險制度不同，因此，似乎其強制性尚待查驗。至於存款保險等

具有避免金融系統因承兌而受影響之公益目的，具備社會保險性質，殆無疑義。但學生等團體保險是否在本質上屬於社會保險，並無定論；而本釋示函認為似因為有施政上強制性，所以才被認定是社會保險（依同理，所有團體保險似乎都可成為社會保險），這種以公權力介入做為社會保險與否的認定標準，欠缺說服力。準此，此種行為似乎尚非公法行為，而台灣人壽保險代辦之營業活動也難謂不是事業活動。否則，從環保署補助包裝水一案來看，其外部經濟效果（改善大眾飲水品質）更高，卻仍被認為是事業活動，也是個人認為無法調適的矛盾。

另一個和環保署包裝水研釋案無法調適的研釋案是公研釋○○一號函<sup>28</sup>。該函背景為中華民國私立醫療院所協會函請公平會解釋省(市)立公務預算是否違反公平法第三章不公平競爭的規定。公平會在覆函之中提及醫療法授權公立醫療機構收費標準之核定。又認為：「政府機關為公法行為時，其主體並非公平交易法第二條所稱之事業，因之政府對公立醫院依法『或政策』編列公務預算予以補助，非公平交易法規範之範圍。」改善飲水也是依政策編列預算補助其他政府單位，為何兩案研釋結果不一？這也是筆者無法了解之處。

## 伍、公平會對結合案件處理之評釋

公平會迄今就結合案件之處理案例，除前文所提義新案、裕民與中裕海運案、第一勸業銀行案之外，尚有華航旅行社釋示案<sup>29</sup>，以下會分別詳釋。不過，公平法對如何准駁結合案件，只在第十二條做一個原則的規定。在公平法的施行細則之中，雖然對結合申請案的送呈書表有較為詳盡的規定，但是對如何認定某一結合案是符合「整體經濟利益大於限制競爭之不利益」這種成本效益規定，並未說明。反觀美國聯邦政府法務部自1968年以來，即有制訂管制結合

的指導準則 (Merger Guidelines) ，並於 1982 及 1984 年做重大修正。其後，又於 1992 年 4 月由法務部及聯邦貿易委員會共同制訂「1992 年水平結合指導原則」(劉紹樑，1992b)。在我國尚未制訂相關結合指導準則之前，要研究結合案件的適法性的一種方式，是參考施行細則之中有關獨占事業認定的標準，另一種方式是從公平會處理的個案之中歸納出一些共通的原則。

### 一、參酌獨占事業認定標準

依施行細則第三條之規定，公平會在依公平法第十條第二項公告獨占事業時，應審酌下列事項：

- 1、事業在特定市場之占有率。
- 2、商品或服務在特定市場中時間、空間之替代可能性。
- 3、事業影響特定市場價格之能力。
- 4、他事業加入特定市場有無不易克服之困難。
- 5、商品或服務之輸入、輸出情形。

施行細則第四條又規定事業無下列各種情形者，不列入前述獨占事業認定範圍：

- 1、一事業在特定市場之占有率達二分之一。
- 2、二事業在特定市場之占有率達三分之二。
- 3、三事業在特定市場之占有率達四分之三。

有前述各種情形之事業，其個別事業在該特定市場占有率未達十分之一，或上一會計年度事業總銷售金額未達新臺幣 10 億元者，公平會對該事業將不列入獨占事業之認定範圍。至於事業之設立或事業所提供之商品或服務進入特定市場受法令、技術之限制，或有其他足以影響市場供需，可排除競爭能力之情事者，雖有前述兩種不列入認定範圍之情形，公平會仍得認定其為獨占事業。此外，計算事業之市場占有率時，公平會應先審酌該事業及該特定市場之生產、銷售、存貨、輸入及輸出值(量)之資料，而計算市場占有率所需之資料，得以公平會調查所得資料或其他政府機關記載資料為基

準。

這些標準有參考市場結構（結構－行為－績效）的理論，也有參考價格理論。這些因素考慮的順序或權數雖無法預測，但是，也對審查結合案（尤其是是否有造成獨占事業之虞這一點）略有幫助。

## 二、結合案例分析

如果要從前述公平會受理的結合案件歸納出一些共通原則，可分述如下。在中裕／裕民許可案之中，就市場占有率而言，公平會很簡潔地認為對「市場影響力不大……就國內市場而言，兩公司所屬之特定市場之占有率並不高……。」對於國內特定市場為何，並未再予說明，而對申請人在國內市場之占有率亦似未說明，亦不知其演算過程（除前文所提之全體國輪承載比例以外）。不過，因為法令政策的原因，劃分為國內外海運市場，顯示有進入國內航運市場障礙，可謂允當。但國內航運之間，海、陸、空貨運是否同一市場，則未探究。此外，公平會亦認為兩公司「不足以影響市場價格……由於不定期船船東所承運之貨物運價或船舶出租之租金，主要受海運市場船舶噸位及市場供需之影響，市場趨向完全競爭……。」似乎在產品市場方面，公平會認定有不定期載貨承攬及船舶出租(charterparty)兩種「次級市場」，但其語意為分別界定，分別審查；抑或一體界定，一體審查；則不太明顯。此外，似乎就國外之產品市場認定為海運市場，而不含空運市場（果真如此，則亦有道理），但許可決定書並未予分析。就國外之區域市場，則似乎視為全球市場（公平會似乎認為除少數共產國家之輪船公司以外，皆可來華承攬，但未明文分析「國貨國輪運送」政策之可能影響），而得到完全競爭的結論雖然似乎正確，但是並未引述其依據。從行政法的觀點，仍乎對舉證說明理由的工作略欠周延。

依照公平法第卅條之規定，「事業違反本法之規定，致侵害他人權益者，被害人得請求除去之；有侵害之虞者，並得請求防止之。」如果並未參與結合之其他同業認為該結合違反公平法第十二

條規定，公平會原不應核准，此時，該同業或許可以依公平法第卅條後段請求法院防止結合之完成，這是民事救濟的手段。當然，是否可爲此一解釋，尚待法院解釋，但是美國克萊登法亦與本法有類似之規定。

從另一個角度來看，如果公平會原不應核准該結合案，但居然核准，前述未參與結合的其他同業是否得向公平會提起訴願、再訴願、行政訴訟等行政救濟程序？如是，則公平會的許可決定書「認事用法」是否恰當，即爲可爭訟的課題。當然，此一問題也是有待國內法學界以及司法實例確認。不過，依照個人的想法，認爲公平法是一個市場法，它和傳統的法律往往是用來規範單一當事人與單一他方當事人之性質大不相同。既然如此，如果一群人（如參與結合之事業）之利益因行政處分（如允准結合），而「損及」另一群人（如未參與結合之其他事業）之利益，對這另一群人而言，應可視同也受到行政處分。在比較法上，這種見解也有佐證。詳言之，在美國執行有關反托拉斯法的實務上，如果私人間就公平法涉訟，則其和解必須得到法院之核准，就是因爲當事人撤銷訴訟的效力可能及於第三人之故。

從產業經濟學上的市場內互動關係，似乎可以支持此一法律見解；從我國行政爭訟法學的判例解釋，似乎也可得到此一結論。依照司法院大法官會議在民國 68 年的釋字第一五六號解釋：「主管機關變更都市計劃，係公法上之單方行政行爲，如直接限制『一定區域內人民』之權利、利益、或增加其負擔，即具有行政處分之性質，其因而致『特定人』或『可得確定之多數人』之權益遭受不當或違法之損害，自應許可其提起訴願或行政訴訟以資救濟，本院釋字第一四八號解釋應予補充釋明。」釋字第一四八號解釋原認爲這種變更都市計劃之行爲並非對特定人所爲之行政處分。從釋字一五六號解釋文來看，如果主管機關對一定之特定市場內之人民所爲之不法或不當處分（如原不應允許之結合案），影響其相互競爭地位，可謂使特定人（其他市場參與者）或可得確定之人（潛在之市



場進入者)之權益受損,則似乎可認為非參與結合之事業亦可提出訴願。

以上見解可能係「少數說」的見解,不過,在實務上要解決此一問題其實很簡單。對於參與結合事業的競爭對手而言,他們可以先向公平會檢舉,請求公平會不予核准。如果公平會仍為核准之決定,則對於檢舉人可認為是一種行政處分。檢舉人即可提起訴願、再訴願或行政訴訟的救濟程序。

中裕及裕民結合案另一點有趣之處是這兩家事業本來就是關係企業。因此,在經營上是否已有某一種程度的配合?許可決定書中所提之「有助於提昇經營效率,節省租船成本」是否是真正的預期效果?因為如已有經營上之配合,則可以發生之合理化經營效果應已發生。不過,這一個問題的癥結是單一事業或兩個事業的認定問題,已如前述,所以不再贅述。

從第一勸業銀行結合案來看,則可見公平會對於市場分析較為深入。第一,該許可決定書指出如:第一勸業銀行受讓華盛頓銀行高雄分行主要部份資產及營業,改組為其高雄分行繼續營運,可避免原「客戶金融往來上之關係或需要中斷」。換言之,「第一勸業銀行以新設高雄分行之方式填補即將消滅之……華盛頓太平洋銀行高雄分行,結合後高雄地區金融市場<sup>30</sup>中競爭家數仍維持不變。」國外競爭法學上有 failing enterprise 理論(劉紹樑,1992b:54),在本案之中,亦可視華盛頓太平洋銀行高雄分行為 failing enterprise,而承認此一填補受讓可避免因其退出市場而使競爭轉弱之情形。第二,該許可決定書有對第一勸業銀行台北分行之存放款市場占有率(以全國銀行為基準)及華盛頓太平洋銀行高雄分行之存放款市場占有率(亦以全國銀行為基準)以數據說明。雖然無法提供與本案相關的區域(即高雄)市場之占有率,但此係金融統計資料編製方式不同之故,而且以 0.19%及 0.45%(第一勸業)及 0.00098%及 0.017%(太平洋)的全國存放款占有率,「直覺上」的確相當低,所以分析至此,也符合外國競爭法上方法論(也就是說把市場

力 ( market power ) 較小的廠商過濾掉 ( screen ) ，不必深究其可能反競爭效果 ) 。

至於許可決定書所云留用員工「亦有維持就業之效果」，似乎是一種經濟因素以外的整體考量，以本案而言，似乎不必提此一理由亦可成立許可之決定。倒是如果維持就業也是對結合案准駁的標準，那麼如果因結合而要精簡人事，此時因而造成「失業」，是否要就經濟性的整體利益（如促進資源有效分配）與非經濟性的整體利益（如因而造成失業）之間做一取捨？如果必須要有所取捨，兩者之間權衡的算盤如何撥？這是第一勸業案留下來的一個尾巴，也是將來真正產生較具爭議性的結合案衝突點的預兆，公平會宜未雨綢繆。

迄今最具爭議性的結合案件，可能是公平會認為不構成結合的一個研釋意見。在公研釋○一二號函之中<sup>31</sup>，中華航空公司就籌組「華航旅行社」是否屬公平法第六條第一項第二款所稱之結合，以及是否應依公平法第十一條規定申請許可，申請釋示。公平會認為：第一，「公平交易法第六條第一項所稱之他事業以結合時既存之事業為規範對象。故二以上既存事業共同投資設立新事業之行為，尚非該條規範對象」，所以不必依法提出結合之申請。第二，如果「參與投資之既存事業如有利用設立新事業方式進行聯合行為或濫用市場地位，或從事不公平競爭行為」，仍需適用公平法。依個人淺見，公平會第一點的認定在競爭法上及產業經濟學上可能都尚待斟酌，而其第二點認定似乎是「答非所問」。

公平法第六條第一項第二款規定持有或取得他事業之股份或出資額，達到他事業有表決權股份或資本額三分之一以上者，構成一種事業結合的型態。就算吾人接受公平會的邏輯，認為在法律上所謂「他事業」係指現存事業，共同出資設立之新事業，在持有或取得之時，的確已是現存事業。依照公司法第一三一條發起設立一家股份有限公司，必須先繳足股款，才可選任董監事，再依公司法第一六一條，向主管機關註冊登記，取得公司執照，然後才得發行股

票；因為我國公司法採註冊登記主義，所以取得公司執照時，新事業即具法人資格，成為現存事業。此時，原發起認股之股東取得原始認股，當然就構成前述公平法下的結合。不但如此，這些投資事業會對被投資事業有「直接或間接控制他事業之業務經營或人事任免」之行爲，依公平法第六條第一項第五款，這也是一種結合行爲<sup>32</sup>。

以上是從法律角度來看華航旅行社此一研釋案。如果以產業經濟的角度來看本案，應該也會得到與前述相同的結論。從產業經濟的角度來看某一個經濟行爲是否結合，應該是注重是否參與此一行爲的事業有意「整合」(integrate)他們營業行爲的全部或一部。如果兩家公司合併，則可以說整合其營業行爲的全部或一部；如果兩家既有事業共同投資設立新事業，此一行爲有可能是結合，也有可能是聯合。前者指因營業活動整合而可能發揮增加生產效率(production efficiency)的行爲；後者可能只是用合資事業(如聯合銷售公司)達成互相約束事業活動(如瓜分市場、分配配額、聯合訂價、出貨)等反競爭目標，而無正當營業目的之「赤裸裸的卡特爾」(naked restraint)。華航旅行社案究係垂直結合(亦即華航有意跨入旅行社業，但爲分散風險以及移轉技術，而邀請既存旅行社加入共同投資)，抑或聯合(亦即旅行社有意從事反競爭行爲而爲避免無法監控，所以請華航做「執法者」)，即應從這兩種可能予以探討，而其中一個重要的關鍵即是華航的意圖。依個人見解，本案似乎爲一個兼具垂直結合及策略聯盟的行爲。果係如此，則應依結合的規定提出申請。但是，公平會的研釋意見似乎未依「合理原則」(rule of reason)分析，即跳躍到它不是結合行爲的結論。

反過來說，如果這種行爲其實是一種利用合組公司而達到「嵌入卡特爾」(built-in cartel)的目的，應該構成聯合行爲，這是公平會附帶的研釋意見。前文已指出，這不是不可能。但是，公平會似乎只隱晦地說這要依公平法「有關規定」處理。公平法第十四條規範聯合行爲，是以經公平會核准爲「阻卻違法」的條件。換言之，

如果華航旅行構成聯合行為案，則也應向公平會提出申請，只不過其依據為第十四條，而非第六條而已。至於公平會另一個附帶意見指出，如果有利用設立新事業濫用獨占地位，則仍有公平交易法有關規定之適用，亦與其不認為此為結合案有矛盾，因為既曰「濫用市場地位」，則必須先有獨占事業可言。而此處之成獨占事業係指該新設立之事業，殆無疑義。此外，避免造獨占事業之虞正是各國競爭法要管制結合的基本理念。公平會這種用語，似乎顯示該會在「潛意識」之下，也認為此一案件係結合行為。

公平會迄今另一個結合案是前述義新案。按個人對事業之見解係傾向於採同一經濟實體說，已知前述，義新案之許可決定書也指出原來的控股關係在結合之前已達 99.8%，因此，筆者並不認為這是一個真正的結合案。有趣地是，公平會似乎煞有介事地把它當做純正的結合案件來審查，而認為母公司係經營進出口貿易及個銅體製造業務；而子公司則以對生產事業之轉投資為業務，二者「經營業務不同」，而且「各所屬特定市場之占有率皆不高」，但是並未指出其占有率各為多少。其實，義新投資公司在實質上是一個「紙上公司」(paper company)，可說是只算是一些帳冊(資產負債表等)。如果說「兩者業務不同」，在實質上不具意義，因為義新投資公司本身是投資公司，只從事投資行為，並未達到「提供商品，勞務而從事交易」的地步。如果檢驗義新投資公司在其所屬特定市場之占有率，則又是有趣的問題，因為乍看之下，特定市場似乎是所有投資公司(或以投資生產事業為專業的投資公司)；但是，細看之下，這市場似乎也應包括個人投資人，或是有意來華投資生產事業之外國法人及自然人。當然，這種市場界定看來會有些荒謬，這是因為把義新投資公司也當做公平法上的一個事業的結果。再者，公平會並未深究義新投資公司投資了那些生產事業，以及這些第三代的事業所屬之特定市場為何，此一結合對渠等之經濟效果為何等等，似乎又有忽視經濟現實的疏失。

## 陸、公平會對獨占案件之詮釋

### 一、公告獨占事業

公平法第五、十、卅五條對獨占事業制訂一些概括規定，諸如對獨占、寡占、特定市場的界定，以及對獨占事業的公告、行為規範、刑事責任等。本文執筆之時，公平會正依公平法第十條第二項以及施行細則第三條至第五條的規定從事公告獨占事業的審核、調查作業。本文初稿完成後，公平會於民國 82 年 2 月 8 日公布服務業計 10 個市場、19 家事業，農工業計 23 個市場、21 家事業構成公平法下的獨（寡）占事業。本項工作曾於民國 81 年暑假期間委託台灣經濟研究院研究各產業市場界定的問題，並舉辦數十餘場「公聽會」，可見工程浩大，以及困難度之高。依聯合晚報民國 81 年 11 月 15 日第 4 版之報導：所有農工製造部門計有 436 個特定市場；所有服務部門則有 56 個市場。筆者曾對公告獨占事業的政策理念以及實效表達存疑的態度<sup>33</sup>（劉紹樑，1991:33-34），公平會王志剛主任委員也指出公告的規定，「本會雖於籌備處階段曾著手規劃，已有初步結果，惟由於該……項公告首需界定特定市場範圍，並蒐集台灣地區約 90 萬家廠商產銷與貿易資料加以計算，就計算結果於公告前，再由本會作一市場調查以為確認，整體作業頗為浩繁。……揆諸國外執行相關法令之經驗，多係在個案發生後，方就涉案對象及案情認定是否屬於獨占事業，鮮有在事前即公告獨占事業名單，且在未有違法事實之前。事前公告極易引起業者的反彈及不滿，因此使得本項公告作業面臨更大的挑戰。」（王志剛，1992:7、8、43）準此，依筆者評估，在此一公告名單放榜之後，在工商界可能又會引發一波公平法的「震撼教育」。至於對於被列入公告名單但自認為不應上榜的事業（甚至對於未列名者之競爭者認為應予公告之情形），是否構成一種「行政處分」，也是一項可能的爭議。

## 二、案例分析

在公平會研擬獨占事業公告名單的同時，也有幾個案件可能涉及獨占事業及獨占行爲。第一個案件是在公平法實施之初，尤英夫律師首先提出對台灣證券交易所股份有限公司有關證券交易手續費的檢舉案。不過，該會在當日委員會的決議之中，並未就台灣證券交易所是否獨占事業做出任何決定，而係依證券交易法第八十五條對手續費授權訂定的規定以及公平法第四十六條第一項的除外規定，做出公平法不適用之非實質認定<sup>34</sup>。第二個相關案件是前述保生公司及保祥公司競標肝炎疫苗案<sup>35</sup>。公平會認爲保祥公司以0.1元報價，並另贈二萬元救濟基金參與競標，究其採此種「非實質價格方式競標之主要用意，應係在取得第一基因重組B型肝炎疫苗之供應權。…又查關於B型肝炎疫苗是否可以混用，目前雖然有部份醫學報告顯示B型肝炎疫苗第一代與第二代可以混用，或不同廠牌之疫苗亦可以混用，然客觀上或使用心理上能否混用，仍未有定論，鑑於該商品具有之特殊性，即同一嬰孩注射第一代B型肝炎疫苗需分零、一、六個月共三次施打始完成，被處分人以總價零點一元之非實質價格方式競標取得第一次供應權，無非以搶標方式爭取日後供應之優勢地位，故其行爲目的顯在以此方法使競爭者之交易相對人與自己交易，妨礙他事業參與競爭。」

本案對保祥公司之處分雖然係以違反公平法第十九條第三款不正誘引競爭者之交易相對人之規定爲依據，但是，前述之分析與依公平法第五條所爲之獨占市場界定十分近似。以0.1元搭配救濟金競標原爲一種掠奪式競價 (predatory pricing) 的競爭策略 (strategic behavior) (Areeda and Turner, 1975; Burns, 1986; Easterbrook, 1981; Krattenmaker and Salop, 1986; Ordover and Willig, 1981; Mcgee, 1958)。一旦成爲該產業的中流砥柱 (incumbent)，其地位較市場內的新進入者 (entrant) 更爲穩固，而消費者要更換供應者之成本 (switching cost) 也更爲增加。因此，雖然依照一些見解，以低

於成本的價格做掠奪式競爭，並未受到支持，但是如果因為這種變更成本使得其他業者進入（或再進入）市場的困難性增加，其非難度性及危害公平競爭之惡性即大為增加。實務界有「綁規格」的說法，意思指用某一種特殊規格或資格使勞務或商品之購買者很難改變其規格，屬於一種技術搭售(technological tying)，也與保祥案所涉事實接近。另一點值得說明者為在公平法實施之前，一些學者（尤其是法學者）認為獨占的惡性在於提高價格，巧取暴利。保祥案顯示獨占事業提高價格會吸引競爭，而非排除競爭（也可見公平法第五條第一項有關獨占事業的定義似有問題），反而是以低價「打擊」競爭對手才能排除競爭（當然，這種行為要和公平法第四條所揭示的正常競爭情形有所區分）。

在本案之中，檢舉人冠雄公司指稱保生公司過去售與衛生署及私立醫院第一代B型肝炎疫苗，經公平會查證認為超過一千萬劑。但是，該會也認為「因公平交易法當時尚未施行，即使其獨占地位繼續存在，在未公告獨占事業名單之前，難認有公平交易法第十條<sup>36</sup>之適用。」因此，雖然涉嫌違反第十條獨占之行為，以及第廿四條不公平競爭之概括規定，但是因保生公司係以零元報價，「不具買賣價金之實體，無法得標，對市場上交易秩序並無影響，故無公平交易法第廿四條之適用。」對於這一部份的處理，公平會的態度似乎也有待商榷。第一，雖然保生以前賣這一千萬多試劑之時，公平法的確尚未實施，但是，獨占(monopoly)係一種身分、能力。並非無法做事實上的認定。第二，本案的得標時間在公平法實施之後，公平會實際上可以審酌迄公平法開始實施之日，保生公司是否具備獨占事業之身份。第三，前述王志剛主任委員的分析之中，也提出國外對獨占事業之認定，係在個別案件之中具體認定，並認為這種執法方式較我國公告的方式為佳。但是，在保生案這種案件之中，實際上已涉及壟斷行為的指稱，但公平會反而以尚未經公告，而認為既無法認定身分，即無所謂獨占行為可資認定，似乎，正反兩面的理由都可由公平會主張。第四，公平會曾指出在涉及個案之

時，可以對該涉案事業認定為獨占事業並予公告，再依第十條第一項的行為規範處理，但在保生案之中，並未如此處理。第五、對於以零元競價，認為對交易秩序無所影響；而對以零點一元競標，則認為違反第十九條第三款，是否「一百步」（指零元出價者）反而可以笑「五十步」（指零點一元出價者）？尤其是這種殺價行為對競爭對手可能帶來的不正當壓力，似乎並未被納入考量，否則公平會似乎不會認為並無影響交易秩序之行為。保生公司以零元競價，屬於「攪局」，雖然自己終於無法得標，但對競爭對手不會沒有影響，這不就是一般「交易秩序」所欲防止之行為？第六，從保生公司之答辯<sup>37</sup>，似乎可看出來它認為檢舉人亦想要採取贈送的方式，而被保生公司所知悉，所以才先下手為強。此點顯示競價業者之間很有可能互相打探軍情。因此，前述殺價贈送的擬議，有可能對冠雄等其他競爭對手造成不正當的壓力。

## 柒、對聯合案件之評釋

### 一、施行細則對聯合行為的補充規定

迄九月卅日之公平會公報頒行時為止，公平會有關聯合行為的研釋、處分等案件相當豐碩。落實公平法有關聯合行為的規定是學術界（蘇永欽等，1991）及實務界相當關切的問題<sup>38</sup>。這個問題要先從施行細則第二條說起。原來公平法第七條對聯合行為已有相當明確的規定。但是，在施行細則第二條之中，又制訂了兩項補充規定：

1. 本法第七條之聯合行為，以事業在同一產銷階段之水平聯合，足以影響生產，商品交易或服務供需之市場功能者為限。
2. 本法第七條之其他方法之合意，指契約、協議以外之意思聯絡，不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者。



如果先談第二項的規定，它對公平法第七條的定義有何補充？筆者認為十分有限。本項之存在，據筆者瞭解，係因公平會籌備處在審議施行細則草案之時，有些顧問認為「有意識之平行行為」(conscious parallelism)亦可構成聯合行為。這種見解在產業經濟學上是見仁見智的看法，但是在此一見解被提出的美國，其法院仍不認為只以有意識的行為此一外觀，即可認為違法（劉紹樑，1991: 283; American Bar Association, 1992a:6）。但是，因為公平法第十四條以及第卅五條規定的方式，從事聯合行為可能觸犯刑責。而如果個別事業只是互有認為對方會「跟進」之認識，而實際上未達刑法上「犯意聯絡」的地步，尚且無法構成聯合行為。因此，前述施行細則第二條第二項的「宣示性質」大於「創設性質」。

相對來說，施行細則第二條第一項即對公平法第七條做了相當大的變動。這是因為公平法第七條對聯合行為的定義是只問是否有相互約定，而不問是否付諸實施，也不問是否有結果；公平法第十四條對聯合行為的禁止，也是除非有阻卻違法的情形，一旦為之即為違法，這是法律人所稱之「危險犯」或「即成犯」的概念。如要用（犯罪）經濟學的角度來解釋它的正當性，即是因為這種卡特爾行為被認為有百害而無一利，所以要加強嚇阻，以避免這種行為過分猖獗。但是，水平聯合行為並非一概限制競爭，亦可能促進競爭，公平法第十四條也列舉七種阻卻違法的實質理由。不過，因為這種阻卻違法的事由以公平會核准為前提，而業者不一定知悉必須如此辦理，或是公平會無法一一核准<sup>39</sup>。所以，這幾個公平法條文雖然含蘊「合理原則」(rule of reason)的概念，卻形成一種惡法。施行細則第二條第一項因而應運而生；「足以影響生產，商品交易或服務供需之市場功能」等語使聯合行為成為「結果犯」。在公平法實施之初，也有一些企業界人士以「兩家豆漿店聯合約定價格是否要坐牢」質疑公平會。施行細則第二條第一項等於提供了否定的答案。但是，筆者認為在學理上這可能是錯誤的做法。兩家豆漿店約定價格，已觸犯公平法，不必因為其為小型（獨資）事業，而認

為只有王子可能犯罪，庶民不可能犯罪。較正確的看法似乎是把行為人的身份地位做為是否「微罪不舉」的追訴要件，或量刑參考，也就是一種執法的考量，而不是把它做為是否構成違法行為的「構成要件」，也就是立法的考量。準此，此一施行細則的規定未來也不一定對檢察官、法官有拘束力，因為它變更立法院原來對聯合行為的定義<sup>40</sup>。

## 二、疑似聯合行為

在實際案件方面，特誠公司（砂石車）案是第一件引起社會大眾關切的聯合行為案<sup>41</sup>。高雄市特誠公司以高達 1,813 萬元以上之「保證金」，向高雄旗山地區及屏東理港地區十三家採石業者要求除長期客戶外，所餘碎石現貨交由該公司經銷。而該公司之收購單價（140 元至 185 元）較卡特爾成立之前高出 20 元，再加計 30 元後售予其他碎石需求者。特誠公司並派員駐場監督及稽查，以免渠等業者向第三人供給現貨。此地區市場之供應量占台南、高屏地區使用量約達九成；而長期供貨契約實際上也受到影響。雖然聯合行為必然涉及多數參與行為之事業，但是因為砂石業者之反彈，以及一些複雜之因素<sup>42</sup>，公平會發揮「神來之筆」的巧思，並未以違反第十四條之方式處理，而只對特誠公司以違反公平法第十九條第四款利誘他人參與聯合行為之「首犯」予以處分。而本案經查證之事實亦為一典型之卡特爾行為。公平法為何不用較嚴重的第十四條為處分之依據，而用第十九條第四款為其依據？第十九條的前提是不公平競爭，而本案特誠公司與砂石運輸買賣業是否競爭對手？似乎特誠公司本身也是砂石開採業。果真如此，是否有不公平競爭行為？個人認為，這種處分方式顯示在政治力量爆發的現階段台灣，要對一群人執法的困難，所以公平會只挑「首犯」予以處分。尤其是砂石業較有「黑手」文化，這種公平法的執行案件有可能是秀才碰到兵，有理說不清。而本案進行之中，似乎並未有檢察官或調查局出面調查刑罰，以致公平會似乎是孤軍奮鬥，也是不好的惡例。公平

會在本案之中，提及台南、高屏地區等「南部市場」受到此一反競爭行為之影響，似乎顯示依公平法第五條第三項的標準來觀察，本案所涉之特定「區域」市場為前述地區。準此，本案也有可能成為區域市場如何界定的一個先例。不過，既然如此，則公平會在從事獨占事業的公告作業之時，似乎並未考量區域市場之問題，而以全國為一市場，又並非一致的見解。

### 三、進口卡特爾

有關聯合進口的卡特爾行為，公平法第十四條第五款有特別的規定，容許「為加強貿易效能，而就國外商品之輸入採取共同行為」，但是必須符合「整體經濟與公共利益」，並經公平會核准。迄今相關的案例有四：麵粉公會進口案<sup>43</sup>、台灣區植物油公會聯合進口案<sup>44</sup>、嘉麵等公司聯合進口案<sup>45</sup>、以及三家電視台聯合轉播西班牙奧運案<sup>46</sup>。前述三個大宗穀物進口案其實有相當之同質性，而麵粉公會申請聯合進口小麥案，因為其下游糕餅業同業公會的強烈抗議，而具備相當新聞性。而麵粉公會會員申請聯合採購小麥與聯合裝船保險，固然被公平會認為是有助於競爭之行為，可減輕成本、紓解倉庫、碼頭、鐵路運輸之壅塞、避免陸運調度失當。但是，聯合申請分配全年進口量，卻是以往大宗物資進口的陋規，而其配額之協商「有失公平競爭原則」，非會員即不得參與進口，又具備排除競爭之作用，在「於法無據」的情況下，給予一年之調適期間，算是以一種妥協過渡的方式解決此一存在多年之問題。嗣後台灣區植物油製煉工業同業公會及其會員申請聯合採購、合船裝運進口黃豆，以及嘉新麵粉公司等卅七家業者申請聯合採購、合船裝運進口黃豆及玉米，公平會亦稟持市場開放之原則而予以許可，但警飭不得「利用因許可而取得之市場地位，為不當之價格決定維持或變更，以及有妨礙他事業公平競爭之行為。」除此之外，申請之事業應將聯合進口行為之執行情形，包括每船次各進口人之登記採購量、實際採購量、採購裝船期、價格等，按季函知公平會，也必

須於許可之聯合採購期間，就如何裝運進口及分攤費用等相關具體辦法報告公平會。

進口之聯合，因為其效果發生在我國境外（譬如：因聯合議價而壓低買價），而境外外國事業又非我國競爭法所保障之對象，所以不致違反我國公平法，但說不一定有國外（出售國）競爭法之問題，容後詳述。聯合進口基本上是一種買方聯合行為，有可能促進競爭，但也有可能限制競爭（Blair and Harrison, 1992:133; Jacobson and Dorman 1992:151）。公平法雖然較偏向於對供應商（賣方）的規範，但是，第十條第一項第三款也訂有「買方獨占」（monopsony）的規定。公平會在這幾個案件之中，對成本節擲（包括私人成本及壅塞等社會成本）的認證，似乎較為直覺的認知，至少在許可書之內並未載明做出此種決定的理論以及事實依據。從案例累積的角度來看，似乎有些可惜。

公平會為了掌握聯合進口的執行，而要求申請的事業就價格、數量、船期、運費等細節具體呈報（有趣的是公平會並未要求這些事業呈報如何透過期貨市場避險等相關之營運動態），是否反而可能助長競爭業者相互之間互通消息，造成協調互動（co-ordinated interaction）的結果？這些資訊都是涉及採購而影響最終商品價格的成本資訊。資訊的流通可能促進競爭，但是也可能助長價格卡特爾的形成。依照德國的實證調查（劉紹樑，1991:15），如果卡特爾被合法化（legalized），反而造成價格上漲。這種經驗在我國是否會重演，當然有待長期觀察，不過，前述聯合進口案或許是一個開端。此外，如果這些聯合進口案引起下游業者堅持到底之反對，則可能發生上下游集體的抗爭（下游如具狀向公平會檢舉並主張其不應核准聯合行為，但是公平法不予採納，則對檢舉人應該也是一種行政處分，檢舉人可以提起訴願、再訴願、行政訴訟等救濟），則公平會如何在兩個利益團體之間取得平衡點？但是公平法規定的結果又使其責無旁貸。此時，公平會一方面可能成為管制者，使得交易更易具備管理性（即 managed trade）；再方面，公平會可能成為產業

政策的實際執行者，因為個別產業的目的事業主管機關固然可鼓勵某些行爲（如聯合採購大宗物資），但公平會卻有禁止的權限；第三，這種尋求妥協的過程終將使公平會成爲受到政治因素影響，或是追求地租者包圍的對象；第四，既然聯合進口可能產生這些問題，聯合在國內採購也可能造成類似的問題。

#### 四、有關服務的進口卡特爾

聯合轉播西班牙奧運許可案也是適用第十九條第五款「聯合進口」行爲的案例，公平會認爲這條文雖然是只規定「商品」的進口，但未必不可包含服務。以法理而言，這是正確的詮釋。個人以前也指出：公平法草案第七條對聯合行爲定義的原文漏未及於服務，係於立法院審議時才予增列，但是並未就第十四條每一款做對應的修正。譬如說，第十四條第一款的「商品規格統一化卡特爾」在用語上也不及於服務。因此，如果會計師就帳冊查核的會計、審計準則做統一規定，而用較嚴格的解釋即不能依該款向公平會申請許可，似不太合理。公平法這種從寬的解釋，表現出相當的圓熟度。

反過來說，公平會在本案之中同意三家電視台（一）聯合租購轉播權，衛星電路；（二）分配播出時段；（三）聯合訂定廣告費用價格（但除有因支付轉播權利金等費用而發生較過去相當時段之節目爲高之成本，而有調整其廣告費用以資支應的必要外，不得因准予聯合而不當抬高廣告價格）。其中第二、三項的核准，似乎有再商榷之必要。詳言之，電視公司就聯合取得轉播權及衛星線路之同一節目，如果分配時段播出，等於劃分市場，亦即在該時間之內（如不考慮第四台的地下競爭業者），只有一家節目的提供者。而無線電視台的收費係以廣告爲來源，亦即在該時段之內，只有一家出售廣告的電視台。在三個不同時段各自有三個不同獨占播出者，而又容許其聯合訂定廣告價格，等於使有意放映廣告的事業無法選擇，亦即不能做時段間之廣告價格競爭（當然，三個時段不同，而節目

內容不同，影響到觀眾口味，節目品質各有不同，仍有非價格之競爭）。

智慧財產權有一個特性，亦即「公共財」之性質。換言之，一旦創設或取得該項財貨，則縱然增加其使用（如多人同時播出），亦不會增加其邊際成本。三家電視台聯合租購轉播權及衛星電路，已可節省租購成本，這是公平會所認定以及申請人所不爭的事實，吾人尚可假設其大致為各攤派三分之一（當然，如果三家電視台就分配播出時段從事「內部標購」，以決定總價金的攤派比例，亦無不可）。成本降低之後，廣告訂價因各時段皆屬獨家播出，又是聯合訂價，似乎並未將成本節省的利益回饋予消費者（即廣告主）。準此，公平會認定「無妨礙消費者之收視利益」，即值得再商榷，因為廣告時段的消費者為廣告主，而收視者並不就收視節目支付費用。此外，本案令人驚訝者為銷售價格係最敏感的事業活動，但公平會卻核准三電視台聯合訂定轉播時段廣告價格。至於公平會警飭不藉機抬價是否有實際功效，也值得深究。詳言之，公平會認為以往反映轉播費高而要求支付較高廣告費的行為，可做合理廣告價格的準據。但是，以往並無公平法，所以，過去較高的廣告費是否也是聯合訂定？是否已是不當抬價？都不能排除其可能性。如果以這種行為為準據，是否得到反效果？

## 五、價格約定

同樣是價格約定，在高雄市第一、二、三、五、十信用合作社聯合約定利率之行為，即受到公平會之處分<sup>47</sup>。公平會很明確地認定合作社為本法所稱之事業，而利息為使用資金（即商品）之價格。這種協議行為，雖然不具法律上的效力，但是依公平法第七條及施行細則第二條，已構成聯合行為，而且價格的協議不必以約定特定價格才構成聯合行為，協議利率範圍亦屬之。此外，該五家信用合作社之存款餘額（此為產品市場）在高雄地區金融機構間（此為區域市場）逾百分之廿，依施行細則第二條之規定，已足影響高

雄市金融市場之功能。比起核准三家電視台劃分播出時段以及聯合制訂廣告價格的奧運轉播案，公平會對本案的處理較為俐落明確的多。

公平法第十四條所規範者為水平聯合，可從立法理由及立法院審議紀錄予以確認；施行細則第二條第二項又予以闡明。在前述桃園縣主辦區運會案中，縣政府擬提供攤位予廠商，而由廠商以贊助之低價提供選手來賓商品及服務，以活絡區運氣氛。公平會認為此種行為係就其本身之商品或服務自行訂定一較低之價格，而非與具備相互競爭關係之事業統一訂價，且事業於該項活動中仍互相競爭，應無限制競爭之虞，因此不是聯合行為。如果把主辦區運會的縣政府當做「房東」，此一約定在形式上係與垂直約定（但非公平法第十八條所規範之上下游之間轉售價格約定）相近似，而非水平聯合。但是，如果深究其實質，參與此一低價攤位計劃之廠商之間是否仍有競爭者？依公平會自己對研釋意見的陳述，似乎是有，因為「事業於該項活動中仍為互相競爭」。換言之，在場提供飲料者可能有數家，每一家皆與縣政府同意以較低價提供飲料予選手與觀眾。在國外的競爭法學及實務上（如美國法務部 1987 年「垂直限制指導原則」），如何判定某一行為是真正水平行為或真垂直行為，不僅是法律上的舉證問題，也是經濟行為的定性問題。因此，在合法性的評斷上，也會有所差別。本案之中，參與區縣會攤位銷售活動之廠商或許會在事前即知悉有競爭廠商也將參加銷售。因此，僅以其約定的形式決定是否水平聯合，似乎略欠周延，而應改為探究當事人之目的、動機（如探究係縣政府主動或廠商主動）。再者，依個人淺見，本案之所以對競爭較無不利之影響，似乎並非「事業於該項活動中仍為相互競爭」，而係因縣政府要求所有參與廠商降價之故。準此，水平或垂直聯合的定性問題即可決定本案是否應向公平會依第十四條申請。本案所獲得之研釋結論似乎正確，但其研判的過程則似乎可再商榷。

## 六、統一休市

在前述台灣省青果同業公會聯合會有關統一休市日之研釋案之中，公平會從目的及影響面來看，認為無公平法之適用，等於不認為其構成水平聯合行爲。本案和前述區運會攤位銷售案似乎是異曲同工，都不認為是一種水平聯合行爲。個人對本案之結論並不爭執，公休日爲一種例行之休假，也的確如此（如一般人在周六半天及周日休息），這也是爲了員工福利及休閒之需求。問題是，在周六、周日休假是一種約定俗成的社會習慣。如果青果業者本來就是在周六、周日休市，似乎無申請解釋之必要。但是，如果青果業不在周六、周日休市，則爲何要統一？對於甲青果社之會員及其家屬而言，如果係每月1日、15日休市，而如果乙青果社係每月2日、16日休市，對於其個別福利皆無損失。如果真正要關注會員之福利及休閒，即應在周六下午及周日休市，以便會員與家屬有相同之休閒時間。既然不在周六、周日休市，即無統一的必要，至於統一休市是否妨礙市場功能，對於集中市場而言，應該是利弊互見，可能是利大於弊。但是，無論如何，應由業者依第十四條提出申請。本研釋案之結果，造成無須申請的認定，如果檢察官及法院等也有權解釋的司法機關亦採同一見解，則無爭議。否則，如果因此而被追訴，可能發生公平會「愛之適足以害之」的結果。總而言之，公平會採取這種解釋的立場，是否係因爲其認為第十四條專以經公平會許可者才能從事聯合行爲，行政手續過於繁苛，不得而知，其認定的邏輯似也待商榷，不過，其獲致之結論似乎可以成立。

## 七、劃分市場、約定價格

在花蓮義發號等五家批發蛋行組成「台灣省雞蛋運銷合作社花蓮承運站」劃分責任銷售區域，互不競爭及約定雞蛋批發價一案<sup>48</sup>之中，公平會認為此爲水平聯合行爲，花蓮地區爲特定區域市場，五家市場占有率高達67%以上，而據下游（餐盒及餅業者）主張，



當地蛋價每台斤 21 元，較外地高 10 元。而依公平會調查之結果，被處分人係以按產地價每台斤加價 4 元統一對外報價，各家的毛利在扣除管銷費用之後，每台斤只有 2 元。此外，據花蓮日用品什貨公會及一些競爭者表示，被處分人維持卡特爾的方式是協調給付「理賠金」以要求其退出市場，或要求對方加入該承運站。公平會於此一指摘，雖然並未再查證，但以卡特爾之理論而言，其維持存續的方式不外籠絡及嚴防「作弊」等方式，所以，這種指控並非離譜。不過，相對於特誠公司以支付保證金方式向採石業者收購砂石，這種理賠金的籠絡方式也是在執行卡特爾規約，兩者適用的法條卻有相當差異，這是值得思索如何做一致解釋或採取一貫立場的問題。

此外，公平會認為被處分人以節省運輸成本為理由只不過是一種說辭，而係藉此達成水平訂價及瓜分市場之行爲。在前述聯合進口穀物的幾個許可案之中，也有合船共運的行爲，公平會也認知有便利形成卡特爾之情勢，但是仍予許可，一方面或許是因為農糧及貿易政策的原因，再方面或許仍是把聯合採購與聯合銷售做一個區分。在產業經濟學的角度上，這兩個案子有多大差別，值得深究。此外，在三台聯合轉播西班牙奧運案之中，公平會允許渠等對廣告價格統一訂定，顯示雖然在國內登電視廣告之行爲不得適用公平法第十四條第五款聯合進口的規定，國內價格卡特爾仍有可能合法存在（雖然此一認定也可能欠缺法律依據）。其依據大概是避免「惡性競爭」，但是，對於花蓮批發蛋行主張渠等之聯合行爲係為「避免彼此間之惡性競爭」，公平會完全未予考慮，則似乎又是互相難以調和的結論。換言之，在國外（如美國）競爭法上，有對水平價格約定認為幾乎是「本質違法」（*illegal per se*）的見解，此時執法者不接受任何抗辯之理由，但是國外立法例也有如德國、英國等使得價格卡特爾也適用「合理原則」（*rule of reason*）之情形。而公平法第十四條的規定兼採這些國家的立法例，在實際適用上，又採用不同之分析方法，以致水平價格約定是否視其目的、影響而定，或

一概違法，一直有所爭論。希望公平會在未來會予以整理，以增加其一致性及說服力。

## 八、聯合承攬

另一個有關水平聯合行爲的疑難雜症是營造廠聯合承攬公共工程是否違反公平法。在公研釋○三一號函之中<sup>49</sup>，台灣區營造工程工業同業公會爲是否可形成聯合承攬 (consortium) 承包台北市捷運工程等公共工程，申請解釋。公平會認爲其是否構成聯合行爲（因此，是否應先經許可才得爲之）不應以行爲之名稱而定，而須觀察下列要件：第一，依施行細則第二條第一項是否足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能；第二，參與聯合承攬者是否互有公平法第七條的「競爭關係」；第三，是否共同決定價格。評言之，公平會認爲如並非以個案爲聯合承攬之依據，則不能將之排除在聯合行爲之外。此外，如果（一）具市場地位之發包機構（如政府、公營事業及其他具有獨占事業）要求聯合承攬；（二）發包單位衡量國內水準及供需關係等因素，認爲有聯合承攬之需要，且於招標須知中載明聯合承攬相關規定者；（三）投標事業並未主動爭取，而係被動配合發包單位之要求，且意圖不在於限制競爭，且無使發包單位受損之虞者，則不認爲係聯合行爲。再者，如果在未聯合投標之情形下，聯合承攬團體中之個別事業各自均不符發包單位之投標資格，但組成聯合投標團體則合投標資格，因此而增加投標單位家數，此時不認爲參與聯標的各別事業之間有競爭關係，也就不構成聯合行爲。

這段洋洋灑灑的敘述幾乎是照引原文，但是其要件略爲繁複，概念也似有些空泛，在實務上會對業者有相當之困擾。其實，這些要件似乎也正好配合捷運局招標之要求。換言之，一旦聯合承攬被認爲係聯合行爲，即有先經公平會許可之必要，而申請資料之繁複，程序之耗時，使得投標作業勢必停擺。這種結果在前文已有說明，其原因在於公平法第十四條以公平會之許可爲唯一阻卻違法的

事由，是相當不妥當的立法模式。而這種「惡法」運作的結果，受害者將是六年國建各項工程的業主——政府本身。所以，釜底抽薪的辦法似乎是儘量使某一行爲不被解釋成爲聯合行爲。在這個大原則之下，聯合承攬這個名稱不算數。事業平時具備經常、廣泛的競爭關係也不算數，只要就發包工程無法由單獨一家承包即可。在這種情況之下，聯合行爲的定義可能在個案中被扭曲，對未來案件執行的預期性，似乎不太有幫助。

## 捌、對轉售價格約定案件之研析

公平法第十八條雖然是第三章不公平競爭的開始，但是卻是規範垂直價格限制的條文。該條第一項對商品轉售價格之約定 (resale price maintenance，下稱 RPM) 規定無效，以達到價格自由化的目的。迄今公報上所刊載有關 RPM 的處分及研釋案，都相當豐富。譬如：公研釋○○七號函<sup>50</sup>、公研釋○一九號函<sup>51</sup> 對書籍訂價之行爲，認爲若在書籍上列定價若干元尚未違反公平法第十八條禁止 RPM 的規定。公研釋○三二號研釋函<sup>52</sup> 則認爲如在商品外包裝上印上建議價格，對下游經銷商未要求或約定應以該建議價格出售或不得打折，並沒有達到公平法禁止事業與交易相對人間對 RPM 之「約定」之地步，即不能僅以印有建議售價而認定違反第十八條。在公研釋○一三號函之中<sup>53</sup>，台灣省進出口商業同業公會聯合會申請解釋代銷契約之合法性，公平會先認爲是否代銷應以事實而非名稱而定，再指出在真正的代銷契約之中，因代銷所獲致之利潤並非因購入商品再予轉售而賺取其間差額（亦即係佣金收入），故不涉及 RPM 之問題，也就不涉及公平法第十八條之適用。此外，公平會也說明在代銷的情形下，如有正當理由（如需求狀況）亦可訂定差別代銷價格，而不致違反公平法第十九條第二款之規定。同理，在公研釋○○四號函之中<sup>54</sup>，中油公司申請釋示代銷契約之合法性，公平會也採同一見解，並且認爲在代銷的情形之下，由本人負擔銷售

風險，本人為事業之利益而設銷售地區限制之約定，不適用公平法第十九條第六款禁止對交易相對人營業活動做不正當限制的規定。不過，公平會也在該函之中指出：中油公司所附代銷契約第二條、第七條、第八條第二項等條文看起來似乎有「經銷」之性質。

## 一、查價專案

公平會有關第十八條之執行工作最具新聞性及爭議性者，為配合郝內閣控制物價措施之「物價專案」即（「查價運動」）（王志剛，1992:33-34）。第一波的查價運動以化粧品業者為對象，其處分違反第十八條之化粧品業者計有華資粧業（資生堂化粧品）、吉人行（迪奧化粧品）、誼麗（雅頓化粧品）、保麗（蘭蔻化粧品）、美商怡佳（雅詩蘭黛化粧品）等業者<sup>55</sup>。依公平會所認定之事實，這些化妝品業者為中華民國總經銷，並與國內百貨公司等訂有「經銷合約」，從事專櫃銷售，而且往往國外總公司要求全球價格一致，因此與經銷商制訂統一零售價格。而且，各百貨公司在各別調查案之中，多說明其所受限制包括禁止百貨公司等經銷商進行完全由經銷商自行負擔所有費用下之禮盒、贈品、抽獎等促銷活動，否則即以停止供貨、撤櫃、撤除銷售小姐等為抵制或報復。因此也都違反公平法第十九條第六款的規定。

在這案件之中，公平會指出：被處分的化粧品業者都主張其限制之主要目的係為維持化粧品品牌之形象，但是，公平會認為「形象之維持應經長期之品質維持、市場競爭與消費者之認同」。化粧品業者既然自行從事同樣之銷售行為，「形象之維持與限制經銷商促銷應無相關；甚至依其主要經銷商——百貨公司之資本額規模，其本身應亦注重其形象之維持，以進行市場競爭，故其主要用意應為限制化粧品市場之價格競爭，以維持其市場收益，非屬正當。」此外，公平會也認為：以這些總經銷所處之市場地位，所屬市場結構及商品特性而言，「因消費者對化粧品之選擇具強烈之偏好性，其品牌忠誠度高於一般商品，各化粧品公司多具若干之排他特性。」

所以，各經銷商在「顧及斷貨、撤櫃、撤除銷售小姐、貨色不全等積極性報復或消極性抵制等壓力下，均不敢違背該項限制，可知該項約束之強制性，其限制應屬非當。」

依個人見解，公平法第十八條及第十九條第六款所涉經銷行為之限制（包含價格及非價格之限制）將是公平法執行工作之中最普遍也最具爭議性的癥結。一般事業如果不從事水平聯合或結合等行為，而採單打獨鬥的競爭策略，大致上不會有公平法第十一條、第十四條的問題。如果其非市場之中的領導者，則亦不會遭遇第五條、第十條所規範之獨占、寡占等問題。但是，任何事業都有銷售商品的必要，而除非有自己設立之銷售分公司或分支營業處所，必然會接觸公平法第十八條、第十九條第六款所規範的問題。至於這種經銷的問題為何也是最具爭議性之癥結之一，在於其目的、手段的用意及效果往往被誤解，在經濟學界也尚未有一致的看法，而我國與美國在目前法令實務上又都是處於一種分歧的狀態：在美國，垂直價格約定的行為一概被認為係本質違法，如 *Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons* <sup>56</sup>，已是八十餘年的判例。但是垂直非價格限制則適用「合理原則」（見 *Continental T.V. Inc. v. GTE Sylvania Inc.* <sup>57</sup>。美國聯邦最高法院在 *Monsanto Co. v. Spray-Rite Serv. Corp.* <sup>58</sup> 以及 *Business Electronics Corp. v. Sharp Electronics Corp.* <sup>59</sup> 兩案之中，也說在許多（雖然不能說每一個）情形之下，廠商從事垂直價格限制及垂直非價格限制的道理完全沒有差別（Denger, 1992:419）。

## 二、約定事實之認定

RPM 在公平法下的合法性如何認定，必須以是否有約定為其先決問題，前述建議轉售價格研釋案即是其適例。以美國法為例，如果供應商建議以某一價格轉售，而經銷售商自己遵行此一建議轉售價格，則並無約定可言，在 1984 年的 *Monsanto* 一案之中 <sup>60</sup>，美國聯邦最高法院即重申此旨。換言之，供應商以言語建議，而經銷商

以實際行為接受，這種行為雖然在傳統的美國普通法 (common law) 見解上認為係「單方契約」(unilateral contract)，在國內則可認為係「意思實現」，但美國聯邦最高法院仍認為並未到達「意思合致」(meeting of minds) 或「共同計劃」(common scheme) 之地步。這種見解也反映自 1919 年 *United States v. Colgate and Co.*<sup>61</sup> 一案以來的「高露潔原則」(Colgate doctrine)，亦即供應商可事先宣示與交易相對人進行交易的條件，此時是「姜太公釣魚」，經銷商是否願與之從事交易悉聽自便。但是供應商也可預先宣示：如果銷售商嗣後不遵守供應商所訂之條件，則供應商可解決契約，終止經銷關係。依美國法院一貫的見解，此時不必考量供應商解除契約之原因是否限制競爭，因為行使單方預先保留的解約權利，無論如何不會違反反托拉斯法。換言之，供應商應該有「是否從事交易」的自由以及「交易人選擇之自由」(這兩項自由與「交易內容選擇自由」為法律人所合稱之「契約自由」原則)。

前述公研釋○三二號函肯認建議轉售價格行為的合法性，個人認為這是正確的見解，也與美國判例互相呼應。但是，建議轉售價格之合法性究竟到什麼地步為止？換言之，在公平法之下，何謂單純建議（而非約定）？建議到何種地步才不構成違法之脅迫，或是不當限制交易相對人營業活動（公平法第十九條第六款）？以目前公平會的案例來看似乎尚難以定論，而必須等待 *Monsanto* 或 *Colgate* 這一類的案例出現。不過，在公研釋○二三號函之中<sup>62</sup>，公平會告知中興紡織公司「單純拒絕某品牌設櫃供貨銷售，而未濫用市場優勢地市場優勢地位時，原則上此等行為係屬契約自由範圍。」似乎這是「高露潔原則」的浮現。

### 三、經銷與代銷之認定

如果有約定存在，則此一約定性質是否 RPM，即涉及代銷契約的問題。公平會目前的實例承認代銷契約之合法性；而在美國法及判例之下，也是如此。換言之，如果供應商以「寄售」(consign-

ment) 或「代銷」(agency)的方式銷售其商品，並保留所有權，承受危險負擔(risk of loss)，此時可認為仍係供應商決定價格，亦即並無轉售而言，此為1926年United States v. General Electric Co.<sup>63</sup>一案以來的「奇異原則」。這種代銷契約合法性的見解不但中、美相同，在我國實務上也有對「委託代銷」認可的規定。詳言之，財政部依營業稅法第卅三條所制訂的「統一發票使用辦法」第十七條即規定：「營業人經營代購業務，將代購貨物送交委託人時，除按佣金收入開立統一發票外，應依代購貨物之實際價格開立統一發票並註明『代購』字樣，交付委託人。」至於統一發票開立的方法，該條又規定：「營業人委託代銷貨物，應於送貨時依合約規定銷售價格開立統一發票並註明『委託代銷』字樣，交付受託代銷之營業人，作為進項憑證。受託代銷之營業人，應於銷售該項貨物時，依合約規定銷售價格開立統一發票並註明『受託代銷』字樣交付買受人。」而在結帳期限屆至時，受託代銷人應按銷售貨物應收手續費或佣金開立統一發票及結帳單，一併交付委託人。所以，委託代銷涉及三張統一發票的開立。

如果再回頭看看化粧品查價運動的幾個案件，這種百貨公司與化粧品總經銷商之間的專櫃契約究係代銷契約或經銷契約？當然每一個案的情形可能不同。在誼麗公司處分案的說明較為清楚。公平會認為「該專櫃契約仍係以經銷商名義與消費者進行交易，其商品所有權之移轉方式，係經由被處分移轉為經銷商，及由經銷商移轉與消費者，其營業稅亦依營業稅法之規定經過兩次扣抵；另依所得稅法之規定，經銷商係以零售價格徵稅，化粧品業者則以扣除經銷商之「抽成」後為所得額，此與一般商品之轉售與再轉售並無不同。」如果所有權確有移轉，則不似委託代銷，但僅以「兩次扣抵」即認為係轉售，則可能忽略前述委託代銷之稅務處理也是兩次折抵。至於前述扣除「抽成」之用語更是與委託代銷時之「佣金」幾為同義詞，但公平會仍認為此係經銷商，則令人不知其法律關係是否確為經銷（即轉售）。除此之外，似乎還有其他跡象顯示這種專櫃買賣

似乎不是一般的經銷契約，譬如：公平會的處分書之中提及「撤櫃」，試問如果所有權已賣斷予百貨公司，為何百貨公司同意由總經銷設櫃？以及總經銷如何有權利撤櫃？同理，如果貨品已賣予百貨公司，為何由總經銷提供銷售小姐？為何提及銷售小姐由總經銷撤除做為制裁百貨公司的手段？如果貨品已賣予百貨公司，而再由總經銷「替百貨公司」銷售「百貨公司所擁有之化粧品」，是否較不符合經驗法則？準此，個人認為這些案件是否涉及代銷契約，公平會在認定上似乎並未交代清楚。

#### 四、對 RPM 的經濟分析

如果再深入探究 RPM 為何一概視為違法，則是爭議更大的問題。公平會就化粧品查價案件的執行已顯示其立場為這種行為不僅僅是民事上無效的規定而已（此為公平法第十八條明文規定的效果），而且可以用第四十一條之規定連續處以行政罰（即罰鍰）。而且，在公平法所有涉及反托拉斯法的條文之中，只有第十八條是採取「本質違法」的原則，連第七條、第十四條規範的水平聯合行為都是採「合理原則」。依一般見解，水平聯合行為可能帶來之限制競爭效果遠大於垂直聯合行為，為何公平法反而對 RPM 規定地更為嚴苛，完全不問其目的、手段、效果？要研究此一問題則勢必要對 RPM 的行為動機做一探討，問題是 RPM 不但有不同之種類（如最低轉售價格約定，即 minimum RPM，以及最高轉售價格約定，即 maximum RPM），解釋 RPM 的理論也不盡相同，其中有採符合經濟效率的見解（因而認為應予合法），也有認為其目的係限制競爭的見解（因而認為係應違法）。（Arquit, 1992:451）理論上，供應商會希望經銷商的零售價格愈低愈好，因為價格低才好促銷。換個角度來看，如果零售價格低，而零售又不免涉及一些相關服務，則愈低的零售價格愈表示供應商以「低價」購買經銷商之附帶促銷服務。反過來說，如果經銷商把零售價訂的太高，則等於對供應商提供的貨品予以「課稅」，而易於造成滯銷。準此，minimum RPM



不就是看起來違反供應商本身利益之舉！果真如此，則「殺頭的生意有人做，賠錢的生意無人做」這句話勢必要改寫。

有一類支持 RPM 應予合法化的學者即認為轉售差價不應視為利潤，而係供應商「購買」經銷商的促銷服務而繳交之價格。既然如此，為何不就此促銷服務（如訓練有深度、對產品了解的售貨員，高水準的展示間，以及操作示範等）另行收費？這是因為「交易成本」過高的原因，因為要另行議約、監督、執行以確保經銷商所提供的服務確實值得此一另行收取之費用。那麼，為何不任由經銷商自行決定零售價格，而藉競爭來決定那一個經銷商的服務較受消費者肯定？這是因為「搭便車」（free ride）的問題：消費者可能在甲經銷商處詢問地很詳盡，但是最後向乙經銷商採購，因為消費者已得到充分之售前服務，而乙經銷商因不提供這種售前服務，所以可以降低成本及售價。所以，如果不由供應商來統一制訂轉售價格或劃分經銷區域，所有經銷商都吝於投入成本提供售前服務，以致最後會影響到供應商之商譽及其產品的銷售狀況。

這是 Lester G. Telser (1960:86) 對 RPM 合法化最早提出的解釋。而其實例則可包括消費電子產品（如手提錄影機）等產品。有趣的是：前述 Ronald H. Coase 的交易成本理論以及避免「搭便車」的行為，都是公平會肯認的見解（王志剛，1992:35），此外，公研釋○○三號函<sup>64</sup>也認為平行（真品）輸入，原則上不會違反公平法，但如果有搭便車的行為則可能觸犯公平法第廿四條對不公平競爭的概括規定。平行輸入與前述經銷商互搭便車的情形除了跨國界以外，可以說完全一樣，但是兩者在公平法下之地位卻大相逕庭。

另一種支持 RPM 合法化的見解係由 Marvel 及 McCafferty 所提出 (1984:346)。它們認為許多較高價位的零售店往往提供一些「無形服務」（nontangible services），而如果不採 RPM 制度，則折扣店即可搭它們的便車，至於這種行為的理由，他們認為消費者期望這些高價位零售店「認證」（certify）這些產品的高品質或先進時髦

之形象，這種理論可以適用於前述之高級化粧品、以及 YSL、Ralph Lauren、Escada 等服飾產品。

第三種支持 RPM 合法化的見解則以 Klein 及 Murphy (1988: 265) 為代表。他們認為有些售後服務只有在經銷商得到 RPM 的保障之下，才有可能提供。這是因為供應商與經銷商的利益不一定完全相符，換言之，經銷商不同於供應商，而未投入相當成本維護品質及商譽，如果沒有 RPM 的保障，經銷商可能不願提供售後服務，而商譽受到影響的卻是供應商。這個理論和 Telser 的理論有異曲同工之處，但其為「垂直搭便車」的情形（指經銷商搭供應商的便車），而 Telser 的理論為「水平搭便車」的現象（即一個經銷商搭另一個經銷商的便車）。當然，解決這種垂直搭便車的情形還可能包括售前服務，如對易敗壞食品的冷凍，提供上架空間等。

Rey 及 Tirole (1986:921) 則提出另一種支持 RPM 合法化的理論。他們認為製造商可能希望供應商盤存大量的產品，以因應市場之需求。但是，這等於是要求經銷商增加存貨滯銷的風險，尤其是需求量不穩定之時更是如此。如果供應商願意以 RPM 做為交易基礎，則存貨滯銷的風險等於由供應商承受，經銷商即會有較高的意願配合供應商新產品上市或進入市場爭取市場占有率的策略。

Marvel 及 McCafferty (1985:363) 也曾提出過另一個支持 RPM 合法化的理由。他們認為 RPM 可以避免經銷商將供應商的產品做為吸引購買其他慾望的「引誘產品」(loss leader)。乍看之下，這種引誘產品的行為會增加銷售量。但是，這在長期來說對供應商並不有利，因為這也是對其他經銷商的一種競爭，長期以還，其他經銷商會覺得被迫降價而不想再提供上架空間予此商品，供應商因此發生滯銷及商譽之損失。

以上是支持 RPM 合法化的理論。至於認為 RPM 為違法的理論則為其易於執行供應商間之卡特爾或經銷商之間的卡特爾。如果供應商之間有一個水平約價的卡特爾，則如何防止卡特爾成員「作弊」？一個方法就是採行 minimum RPM。因為此時零售價也統一

規定，而零售價又比較透明，易於查證。再者，如果某一參與卡特爾的供應商想減價來「作弊」，則因為 RPM 的緣故，「受害者」其實是經銷商，所以供應商也就無作弊的誘因。而認為 RPM 可能被用做經銷商之間的卡特爾執行工具的理论，則是認為經銷商之間如果就零售行為做水平聯合的約定，而也怕卡特爾成員作弊，則可透過品牌的盟主——供應商要求 RPM 的方式來達到防杜作弊行為。此外，如果因為新加入零售市場者較為有效率，而原來較無效率的現有經銷商即可能以要求供應商對所有經銷商採取一致的 RPM 做為因應的策略，因為較為有效率之經銷商（如大型折扣店、超級市場、百貨公司）在 RPM 之下，無法將高效率的成果以較低價格回饋給客戶，所以，在競爭上原有經銷商所受之壓力會較為減輕。這種經銷商共謀而透過供應商來要求 RPM 以達成卡特爾的理论，曾有美國聯邦貿易委員會的實證研究報告，認為有可能 (Overstreet 1983:133, 140-148)。

RPM 行為最被誤解的一環可能是 maximum RPM。美國自 *Albrecht v. Herald Co.*<sup>65</sup> 一案以後一直對此行為也採「本質違法」的見解（在該案之中，報社要求派報商不得超過一定之售價）。但是這種 RPM 其實提供一個價格上限，所以在 1990 年的 *Atlantic Richfield Co. v. USA Petroleum*<sup>66</sup> 一案之中，ARCO 公司對享有專屬經銷區域之經銷商要求轉售價格必須有上限，以限制其因被劃分專屬經銷區而取得之市場力。而原告則為其競爭對手，其主張為這種 RPM 行為使得其受害。在本案之中，美國聯邦最高法院認為所謂「受害」必須是違反反托拉斯法所造成之損害 (antitrust injury)。換言之，除非原告主張這種行為會造成掠奪式訂價 (predatory pricing) 並能舉證，否則不能勝訴。法院並且也提及 maximum RPM 可能造成促進競爭的效果，顯示在美國判例法上的發展，價格上限的 RPM 已有改採「合理原則」的趨勢。而 1992 年在美國國會審議的兩項 RPM 立法草案 (S. 429 及 H.R. 1470) 都將價格上限 RPM 排除在其範圍之外，可見一斑 (Denger, 1992:420)。

對價格上限 RPM 體認最深者或許是原來在芝加哥大學任教的法官 Richard A. Posner。他在 *Jack Walters and Sons Corp. v. Morton Bldg., Inc.*<sup>67</sup> 一案之中，認為這種行為可能促進競爭，因為供應商在分配專屬經銷區域之後，可能會在每一年之內做幾次特別促銷，並配合宣傳，以促進銷路。此時，該供應商願意給經銷商特別折扣價，但是為了確保經銷商會將折扣價回饋予消費者，以達到特別促銷的目的，則必要從事 maximum RPM 的約定。否則，供應商已先在媒體上刊登文宣，說明零售價，而如果這是合法的行為，而經銷商不遵守約定，則將使消費者有「受騙」之感覺，不但影響供應商的商譽，它甚至可能被美國聯邦貿易委員認為有從事不實廣告的行為。

## 五、RPM 有助於避免不實廣告

我們如果選擇一則公平會案例，即可見 Posner 高瞻遠矚的功力。在公研釋○一九號函之中<sup>68</sup>，公平會對台北市出版商業同業公會提出許多的問題一一函釋，並主張「業者在報紙上刊登新書預約廣告同時刊載定價及預約折扣優待價，係出版業推銷新書之促銷手法<sup>69</sup>，讀者可根據該項預約廣告決定是否購買，就預約廣告及刊載定價性質而言，係一種要約引誘之行為，屬民事契約範疇<sup>70</sup>，除在報紙廣告上有虛構原價或實施雙重標價，而構成違反公平交易法第廿一條第一項之規定外<sup>71</sup>，與公平交易法尚無直接關係。」如果在刊登廣告之後，經銷該書的書店不願以該等優待價格出售，可見會有不少消費者會向出版該書之出版社抗議。該業者為避免這種後果（以及公平會可能以不實廣告為由提起之行政處分），可能即必須就價格上限與經銷書店達成約定。這正是 Posner 在 *Jack Walters* 一案中的主張。

但是，這種約定本身又會違反公平法第十八條的規定。是否第十八條有修正的必要，以放寬對價格上限 RPM 的管制？如是，則前述對價格下限 RPM 的各種理論是否也可有審酌的空間？果真如此，

則垂直價格約定之行爲亦可適用「合理原則」。如此則在體系上與公平法其他條文也較爲配合。如果可以用「合理原則」來檢驗轉售價格約定行爲的合法性，前述化粧品等處分案或許可有不同的評價，對該案之中廠商的行爲也可能有不同的詮釋<sup>72</sup>。

## 玖、對不當限制交易相對人營業活動案例之評釋

### 一、條文及案例分析

公平法第十九條第六款規定對交易相對人事業活動的限制不能逾越正當的程度，而且，如果有造成不公平競爭之虞，則可由公平會依第卅六條先限期停止，並可依該條及四十一條處以二年以下有期徒刑及（或）行行罰。因此，雖然公平法第十八條所規範的RPM行爲與第十九條第六款規範之其他垂直限制（vertical restraints）都可以用經濟學上「垂直整合」（只不過以契約代替企業做爲整合的手段）的理論予以說明，在違法效果及構成要件上卻有相當大的差異。第十九條第六款之限制在施行細則第廿四條之中有所詮釋。基本上，這些限制指搭售（tying）、獨家交易、地域、顧客或使用之限制及其他限制事業活動之情形。該條第二項又規定：這些限制是否不正當，應綜合當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品特性，以及履行情況對市場競爭之影響等因素加以判斷。換言之，我國對於非價格垂直限制也是依美國法上的「合理原則」來評斷其合法性。當然，從第十九條第六款的文字本身，看不出來它所規定者僅係非價格限制的意思，但是第十八條對RPM既有特別規定，而整部公平法之中，對違反RPM之規定又無刑責之明文規定，如果把第十九條第六款規範的範圍也「擴張」到RPM，則似乎與原草案之意旨不符。無論如何，這是未來要由司法機關再予確認的解釋問題。

公平會對非價格垂直限制已有相當多的研釋意見，如前述公研

釋○二三號函（中興紡織公司申請釋示百貨公司與專櫃之營業活動等問題）、公研釋○三二號函（對秋乃華公司來詢經銷商未達業績可否取消資格，設算權利金或加計進貨成本之函釋，見公報第一卷第七期頁廿八）、公研釋○〇九號函（見公報第一卷第五期頁廿一，係游興庚君申請釋示限制經銷商活動之合法性，包括對設立在後之經銷商要求付費）、公研釋○一五號函，為對穗耕種苗公司來詢獨家交易、劃定經銷商地區、限制經銷商經營項目等問題之函釋<sup>73</sup>、公研釋○一六號函，係對摩托羅拉公司依「新通路計劃」擬對金儀公司限制其不得銷售予標達之大盤商或總經銷、協調金儀公司限量供應予大盤，或由金儀公司先售標達再轉售予大盤商等行為之函釋<sup>74</sup>等，可見事業對垂直限制合法與否之認定標準十分關切。但是，公平會對這些申請釋示的案件，在研釋意見函之中，多半只是重覆施行細則第廿四條所列的各種考慮因素。至於如何進行各別及綜合考量，並未深入說明，而對其行為的評斷，也僅答覆應依個案認定。

這種答覆當然不盡理想。不過，這些廠商所問的問題也都是難題。依個人淺見，未來努力的方向大概有兩個：第一，公平會宜考量是否就垂直限制之合法性之評斷標準，參考美國聯邦政府法務部於1987年制訂的「垂直限制指導準則」(Vertical Restraints Guidelines)，也制訂一個較施行細則第廿四條更為詳盡的行為準則，以增加預期性，廠商也可配合該行為準則以便遵循法令。第二，從公報之中看不出來申請釋示的事業在申請函之中，對其從事垂直限制的目的、意圖、預估效果，以及其自身之市場地位、產品特性等情形，是否有充分之敘述，以致公平會無法出具更具體之研釋意見。依個人之猜測，申請函對這些重點的敘述可能很單薄，否則公平會的幾個研釋意見不可能就較具體之事實或營運情形，都未提及。果真如此，可能也反映事業本身的遲疑：究竟要不要提供細節？如果提了許多細節但是公平會持相反的研釋意見，豈非自投羅網。個人從實務經驗所知，國內事業對公平法的確仍有「觀望」、

「漠視」、「恐懼」的消極態度，決定要向公平會具函申請一個攸關切身權益的問題，的確需要在承辦部門有相當的擔當，以及高階主管的支持<sup>75</sup>(Harspool and Korah, 1992:347)。所以，前述這兩個方向可說反映「雞生蛋或蛋生雞」的問題。個人認為如果申請的一方與解釋的一方都能更向前邁一兩步，對於問題的澄清會較有幫助，公平法也才能進步。

## 二、對查價專案所涉垂直限制行爲的經濟分析

在公平法第十九條第六款的領域之內，目前除上述研釋意見之外，還有一些執行案例。這些執行案例多半為依「物價專案」而處分之案件，亦即前述化粧品業的幾個處分案。一般廠商當然也可以從這些具體案例之中揣摩公平會的執法態度，以及這些處分所據的立場及標準，對其自身從事之營業活動或垂直限制可能做出的評斷。如果從這些與分案例歸納出一些結論，則對從事垂直限制之供應商而言，目前的發展似乎有些不利。

第一，這些案件很明顯地係以平抑物價為目的而展開的調查案，譬如對華資粧業公司處分書事實欄就記載如下：「為瞭解進口商品未能反映關稅及新台幣升值等情況，本會選定化粧品等七項商品進行調查....」云云<sup>76</sup>。物價偏高的原因眾多，而且 Thorstein Veblen (1934:42-43) 早已指出化粧品本來就是愈貴愈有人要買的財貨，因為它可以表達社會身分、地位。Leibenstein (1950:183) 後來對此一「奢侈財」或「身份財」的理論也有再深入的研究，確認這種消費心態的存在。對於奢侈品調查其價格是否偏高，可能已有主觀價位的初步認定，因此要改變執行官員的觀念不太容易。

第二，這些案件所涉市場地位如何，公平會並未在各處分書中說明。當然，就執行第十八條禁止RPM的「本質違法」原則而言，並無深究之要。但是，從處分書中對涉及第十九條第六條款部份之討論，似乎可感覺到公平會對品牌忠誠度高的產品，特別強調「同一品牌內之競爭」(intra-brand competition)。但是，限制同一品牌

間之競爭這種行為對促進「不同品牌間之競爭」(inter-brand competition) 是否有所裨益，則在處分書之中未論及。換言之，如果只強調同一品牌間之競爭（亦即零售階段之競爭、經銷商間之競爭），則直覺上該品牌之產品就是特定市場產品。而該品牌的供應商即是在特定市場之內的「獨占者」。所以，對其從事對營業活動的限制，很可能採取較嚴格的見解。這種看法當然不是獨占理論（因為市場應指不同品牌間競爭的大環境），但是著名經濟學者如侯家駒在民國 80 年 10 月 7 日第 7 版經濟日報上的專欄中，曾以「真品平行輸入問題」為題，並指出：在 80 年發生的可口可樂平行輸入是否違反商標法一案之中，如不容許真品平行輸入，或採總經銷制度、必然造成「獨占」，也是相同的看法。「可口可樂公司獨占可口可樂產品銷售的市場」本身是一個有趣的命題，但是這是否問錯了問題？看起來，這類問題顯示公平會似乎採用「獨占性競爭」(monopolistic competition) 的市場定性並非非難。此外，前述公平會對真品輸入的問題，也在公研釋○○三號函中提及「搭便車」的問題。這種搭便車的問題，正是所有垂直（經銷）限制行為的核心。但是，這些化粧品查價案例似乎並未詳查這種行為在產業經濟學上的正面意義。

第三，吾人從前述分析是否可引出市場競爭的「道德觀」？似乎一般從事產業經濟的研究，都大致認為市場與道德無關(amoral)。前述化粧品業處分書之中，都提及「惟形象之建立應經長期之品質維持、市場競爭與消費者之認同」，所以雖然業者主張「其限制之主要目的，係為維持化粧品品牌之形象」，其行為仍不為公平會所認同。如果仔細分析一下，化粧品業當然不會反對品質之維持，實際上也應有持續品質管制的工作（符合廠商利益的行為它們本來就會主動去做，因為會促進商譽，即 commercial good will，這也是一種資產），但是品質提昇是否就會增加價格？再看「市場競爭」來建立品牌形象這一點。公平法第四條所提的競爭包括價格、品質、數量等層面的競爭。如果化粧品業較強調高品質、高價位的競



爭策略，應該容許相當的空間，但是處分書中所提的市場競爭似只指價格競爭及同一品牌產品間之競爭。如果仔細思考消費者的認同，則勢必要強調經銷時之服務，這也是化粧品業者在百貨公司設專櫃，由很亮麗的小姐代為試粧以便促銷的用意；不問消費者買不買，都留下一個美好的印象。但是這種售前服務必須配合限制經銷商活動（甚至RPM）予以進行，其原因可見前述RPM之理論。最後，處分書也指出百貨公司為主要經銷商，以其資本額（似乎意思是其為大企業），「其本身也應注意其形象之維持」。此時，探討的主題已從化粧品（商品）之形象轉移到大企業的社會形象，已略有道德訴求的主旨。道德是見仁見智的理念，而在執行市場法時融入某一類道德的概念，或許會使得執法工作更加複雜。

### 三、搭售案件

除了前述化粧品業物價專案的案例以外，目前也已成立一個認定學者公司出租錄影帶構成違法搭售之處分案<sup>77</sup>。在本案之中，公平會認定被處分人為國內兩大國語院線片錄影帶發行業其中之一家（但未提及其市場占有率），顯示其有市場力，而被處分人所從事之四十部整體租用之行爲，則是典型的block booking，公平會也認定並無選片自由之事實。因此，本案可稱相當明確的處分。

另外，在金商標研釋案（如後述）之中，公平會對於電視台搭售廣告時段是否合法之具體問題，則並未具體回覆。

## 拾、利誘行爲案例之評析

公平法第十九條第三款規範以脅迫、利誘或其他不當方法爭取交易機會之行爲。既然做生意是「將本求利」，而公平法第四條對競爭的定義又包括以「較有利之價格」以及「其他條件」爭取交易機會之行爲。所以，利誘本身似乎不能認為本質違法。換句話說，

生產者決定要給消費者多少「消費者剩餘」，應是正當的行為。從公平法第十九條第三款的文義看，「利誘」與「其他不當方法」並列，所以它應該是關切「不正利誘」的行為，問題的癥結在如何認定贈與、彩券發行、折扣等行為是否構成不正利誘。

### 一、比較法分析

對於這個問題，各國規定有所不同。在較為強調自由競爭、市場機能，而且較不在市場行為之中強調道德意識的美國，除非有明確成文規定禁止這些行為的情形，或有宣傳不實之詐欺行為，另外可依 Federal Trade Commission Act 第五條（即我國公平法第廿四條之概括條文）予以規範外，都不予禁止 (McManis, 1988:389-91)。在對於市場機能較為存疑，而且較具備道德訴求及政府管制心態的國家如日本、韓國，則另訂有明文的法律或行政規章予以規範，公平會也依據這些日、韓情形委請學術機構研擬對贈獎等行為之規範。一些國內學者（如現任公平會廖副主任委員義男）也早於公平法實施之前，即為文表示以摸彩贈獎促銷，應構成違反第十九條第三款之行為 (1991:3)。依照個人的見解，則認為這種見解與目前社會交易習慣、觀念有相當大之差距（劉紹樑，1991:44）。贈獎、摸彩可以認為是一種非價格之競爭行為，對市場中較小的競爭者，或剛進入市場的競爭者，特別有利。其目的在增強產品知名度，以及企業、產品之定位。許多從事廣告，促銷的企業界人士認為做生意增加一些趣味性，「輕鬆一下，又何妨」。至於因為受贈禮品之品質而影響其消費意願（譬如：因為「買牛奶送汽車」則消費者不注重牛奶的品質，而偏重汽車的品質此一說法），似乎在直覺上會是見仁見智的說法，目前筆者也未見到實證的例證。而且，以往財政部和經濟部就發行彩券原來訂有管理辦法（但法源有問題），在幾年前也已廢止，其意義也是在沒有宣傳不實的前提之下，交由市場機能來處理此一問題。

## 二、案例分析

至於公平法目前處理的作法，大致可分述為二：第一，有一類是實際的處分案（但情形特殊，如後述）；第二，有一類實例是對這些行為的研釋意見。第一件個案即前述保祥公司以 0.1 元單價格投標 B 型肝炎疫苗案。個人認為本案情形特殊，係因為如果用掠奪式殺價的獨占或僅圖獨占行為反而較易解釋此一案例。不過，公平會既然已在保祥案之中採取立場，認為可以用第十九條第三款禁止利誘行為予以處分。如此一來，此一立場等於是認為在法律上，這種第十九條第三款的行為可能是第十條第一項的補充，亦即它在概念上有點是「獨占未遂」，但是從法律人規定犯罪的「構成要件」的角度來看，第十九條第三款等於把這種「未遂獨占行為」定義成爲一種危險犯（有如以往刑法第一〇〇條內亂罪之規定）。所以，對於市場力強大的事業而言，其從事折扣、贈獎的合法性可能會適用更高度的行為標準來檢驗，這是從保祥案或許可以引申出來的見解。至於保生公司以免費方式投標，則因不被接受，等於是被認為係「不能犯」；但是如果未來有發包單位也就接受此一行爲，則在處理上應該也可構成違反第十九條第二款的行為；畢竟 0.1 元與不計價錢之間差別有限。

保祥案雖然是處分案，但是因為其案情不涉及抽獎、贈獎的行為（甚至在概念上也不是數量折扣），所以對第十九條第三款的詮釋會有所局限。公平會的幾個研釋意見反而是較有參考價值。在公研〇〇五號研釋案<sup>78</sup>之中，金華廣告公司函請說明何謂「利誘」，公平會之回覆則指出此處之「利誘」，係指事業不以品質、價格、服務爭取顧客而利用顧客之「射倖」、「暴利」心理，以「利益影響顧客對商品或服務爲正常之選擇」，從而誘使顧客與「自己爲交易行為」。至於贈獎促銷活動是否達到利誘的程度，「按基於自由競爭本質，事業爲贈獎促銷活動，是否違反公平交易法，應視其贈獎促銷之內容是否已達前述之利誘程度，而使競爭者之交易相對人

因此而與自己為交易行為而定。」

依本研釋意見的文字來看，本件申請解釋的對象是贈獎，是否也含抽獎（亦即不一定有買就送）則不一定在廠商申請解釋之範圍內。準此公平會本來或許不須對射倖這一部份做出解釋，因為所謂「射倖」是指不一定有中獎之機率。因此，是否所有抽獎活動都必然違法（因為沒有人確定會中獎）？問題是一般人理應了解商品愈暢銷，中獎率愈低，所以消費者會先對射倖結果有合理的預期，此時為何要禁止這種行為？另外，第十九條第三款的成立，有一個大前提，亦即有不公平競爭之虞。如果該行業之業界所有競爭者都有從事抽獎的行為，是否所有業者都應予處分？或是所有業者都無權提出檢舉？在民事責任上，如果被處分人舉證檢舉人（原告）自己也從事過贈獎、抽獎等行為，是否即已證明尚無不公平競爭之虞？還是說較不常從事贈獎、抽獎之業者（或贈獎金額，中獎率低的其他競爭者）仍可檢舉或請求防止其行為<sup>79</sup>或請求損害賠償？果真如此，則形同恢復以往政府執行發行彩券時代的管制。

如果贈獎的方式是有獎必贈，則執法者必須認定何種贈品達到「暴利」行為？第一，如以所有一買即贈的行為而言，目前似乎並無真正所謂「買牛奶贈汽車」的行為，因為不符合事業本身追求利潤的動機。反過來看，如果是買汽車贈牛奶，則贈到第幾瓶才算「暴利」，是車價的1%？或10%？公平會提出了一個抽象、概念式的標準，但是對於有被處分可能的廠商而言，其預期性及說服力可能都有待加強。

在公研釋○一○號函釋<sup>80</sup>之中，全國金商標推展委員會就小包裝米是否可做為合法贈品申請釋示，公平會對這項具體活動（已註明贈品）的處理，只是重述公研釋○○五號意見的文句。如果利誘指「不以品質、價格及服務爭取顧客」，則這些事業的確也有以品質、價格、服務來爭取顧客，畢竟在直覺上這是消費者長期的需求，換言之，贈獎促銷係輔助性競爭，事業同時有做品質、價格及服務之競爭，但不以此種競爭為限。在本案之中，公平會認為如果

贈品積點以提供折價點券做為贈品，可認為係數量折扣之價格競爭，而不違反公平法。不過，公平會也表示對申請函所稱「贈品積點方式」為何，申請人並未言明，無法評斷。雖然如此，一旦公平會承認折價券做為贈品不會違反公平法，則贈送實物也可以認為是一種價格折扣，理應可以認為合法，則為何又有公研釋○○五號對贈獎活動可能違法的見解？

公平會在金商標研釋案之中，並未解答所有申請釋示案例，譬如：對於一家報紙分別為甲、乙版廣告版面，公平會只以「純屬私法契約的問題」一筆帶過（其實市場中行爲那一個不是涉及私法契約行爲）。而未就其為一個商品或二個商品予以認定，也就未再探究是否有第十九條第二款的差別待遇問題。此外，對所詢三家電視台如要求客戶在購買黃金廣告時段之時，必須配購不好時段之廣告，而不單獨出售黃金時段之廣告，公平會只認為係搭售行爲，但對於其是否違法，則也是只在列舉施行細則第廿四條的考慮因素之後，即未對實質問題予以研究。

同理，在前述公研釋○二三號函中，公平會對於中興百貨公司呈請釋示「折扣戰」、「贈品」、「摸彩」、「每日一物」、「貴賓卡優待」、「週年慶打折」、「買一送一」等七種具體行爲是否違反第十九條第三款對「不正利誘」之規定，也未正面答覆，而指示廠商可自行「依前述原則就具體方案衡量是否違法」。在黑松公司就「不得了大行動」促銷活動函請釋示是否合法時，公平會在公研釋○三五號函<sup>81</sup>之中，也只是重申述概念性的原則，但是又警示：事業不得以促銷抽獎活動為名，而從事不當搭售之行爲，或發行彩券之行爲致有礙公平競爭。其中有關發行彩券之行爲似乎被認定為本質違法，似又有公研釋○二三號函不符。而對利用促銷抽獎從事不當搭售之警示也似乎略為空泛，因為搭售的前提是有一個競爭力強的商品（如三家電視台的黃金時段）可用來做搭售的槓桿，而並非每一廠商皆有此能力。至於廠商就不同產品以不同搭配而在促銷期間做不同之訂價，客戶如有選擇自由，即無搭售可言。

從上述公平會對利誘行為的研釋意見看來，該會對於贈獎、摸彩等促銷活動的「印象」似乎不太好；研釋意見之中對於「不以價格、品質」等條件來爭取交易機會，也似乎略帶有「不務正業」的說教意思。不過，這些是公平會針對利誘行為所做的研釋意見。有趣的是：如果吾人將公平會對其他案例的立場與這些研釋意見做一個比對，似乎會發現公平會反而還肯定這些乍看疑似利誘的行為。譬如，前述公平會依物價專案而對化粧品業者依公平法第十八條及第十九條第六款的規定予以處分，就是相當好的例子。

依前所述，公平會主觀上似乎認為這些名牌化粧品的價格過於昂貴，而要求總經銷放寬在價格上及非價格上對百貨公司等經銷商的羈絆。譬如說，在吉人行（迪奧化粧品）案之中，公平會認定：「依本會之調查，百貨公司並無法自由決定被處分人於百貨公司所銷售化粧品之促銷，並查被處分人就其所提供之化妝品與經銷商從事交易，依百貨公司業者來會說明時指出，若公平會認為被處分人等化粧品供應商不准百貨公司打折是違法的，百貨公司仍會顧及成本及顧忌貨源的關係（化粧品公司可能採取消極的抵制方法，如貨色不足或送貨時間延長等），而不隨意採取打折等來促銷化粧品。另依……之說明，基於迪奧公司化粧品形象，目前為止所簽訂契約均不同意百貨公司在自行負擔費用下『進行折扣及促銷』。足見被處分人在經銷商轉售化粧品與消費者時，唯在經銷商完全自行吸收促銷費用下，『仍有禁止經銷商進行禮盒、贈品、摸彩等促銷活動』之行為……。」由這段敘述文字，可見公平會反而在化粧品查價案之中，認為愈是從事送禮盒、贈品、摸彩等促銷之行為愈有利競爭。但是，如果這種意見正確，則公平會在鼓勵百貨公司儘量「利誘」消費者，或利用消費者「暴利」心理，射倖心態來促銷，豈不是與前述研釋意見南轅北轍？這是未來尚待統合的立場，否則無法增加公平法的預測性及說服力。

## 拾壹、對差別待遇案例之評釋

### 一、研釋案例

公平法第十九條第二款規範差別待遇，而施行細則第廿三條則規定：構成正當理由而可使差別待遇的客觀行為「阻卻違法」的因素有市場供需情況、成本差異、交易數額、信用風險以及其他合理事由，可見公平法對差別待遇的處理，亦適用「合理原則」，而且施行細則所列之因素相當允當，也容許概括條款，以便廠商在特殊情況之下可以舉證其他阻卻違法事由。不過，在公平會開始從事公平法宣導之初，也有一些官員誤解差別待遇為「本質違法」，而認為出版社對作家應同工同酬，吳惠林即以社論文章指出此一見解近乎社會主義。不過，此一口頭宣導意見絕非公平會之立場，公平會嗣後在公研釋○一九號函之中<sup>82</sup>，認為對作家不採同工同酬，並不違反公平法，而其理由有二：第一，在概念上可以認為兩部著作是不同的產品或服務，既非同質，則本來無差別待遇可言。第二，縱然認為這是客觀上的差別待遇行為，也可以用筆下功力不同等原因而舉證成立確有正當理由。此一意見與公研釋○〇七號函相同<sup>83</sup>。不過，在前述公研釋○二〇號函之中，公平會對報紙將廣告分為甲、乙二版，則僅以契約自由原則一筆帶過，並未深究此係同一產品或不同產品。

在前述公研釋○一三號函之中，公平會認為如屬代銷行為（亦即並無轉售行為），而從事差別待遇，亦是可能合法之行為，因為可視需求狀況不同而訂定不同之銷售價格。

在前述公研釋○三二號函（即秋乃華案）之中，該公司申請釋示在經銷合約上寫明「若各區域經銷商每月經銷之業績未達本公司要求之水準時，則該未達銷售水準之月份，區域經銷商之進貨成本需加部份金額給本公司」是否合法，公平會則以其具體原因未在來函之中敘明，而僅認為應依第十九條第六款及第廿四條文在個案之

中具體認定。如果此一規定不違反這些條文，則對各經銷商加計進貨成本不同是否即可能觸及第十九條第二款之適用，未來尚待觀察。不過，在前述公研釋○二三號函（中興紡織案）之中，公平會認為差別待遇係屬「常見」之商業交易。「準此，廠商對不同銷售點按不同的進貨成本、交易數額給予不同之供應價或銷售價，應為市場機能之正常現象，而對銷售業績達某一標準以上者，以減收貨款獎勵，或對慈善機構鑒於公益原因給予較低之供應價等，尚難謂為違法。」同時，在公研釋○○九號函之中<sup>84</sup>，游興庚君申請釋示對同一區域之內但設立在後之經銷商（某乙）要求支付使用費，而不對設立在先的經銷商（某甲）做同一要求，是否合法。公平會認為這種行為在客觀上構成差別待遇，但對於其合法性則除例示施行細則第廿三條之因素以外，並未予說明。對於限制乙經銷商不得銷售貨品予甲經銷商之現有客戶之行為，則認為屬公平法第十九條第六款之限制，但其正當性亦待查證。至於此一規定及前述使用費規定都是在保護甲經銷商之「地盤」不致受損，所以是否同時是限制事業活動（第六款）及差別待遇（第二款）的行為？公平會亦未深究，不過，如果承認保護現有經銷商也是一種正當理由，則應認為不會構成違反任何一款之行為，尤其是供應商對經銷商限制愈多愈可能不利於己。所以，其加諸經銷商之限制必在「自利」範圍之內。

## 二、處分案例

目前公平會對差別待遇最精采的處分案為對中油公司的處分案<sup>85</sup>。在本案之中，公平會認定中油公司對永興航空公司有不當差別待遇。永興為中油客戶，依合約在指定機場加油單價為每公升新台幣9元，但永興公司以台中水湳機場為修護基地，用油量龐大，但中油在水湳並無加油站，因此，永興公司必須以現金每公升10.6元之單價購買油單，自行至高雄提油運至水湳機場使用、儲存，每月運費約17萬，每年油費及運費約多付40萬。而外籍航空公司在



台加油為每公升 0.197 美元，依當時匯率折算，約合新台幣 5 元。

中油公司的答辯如下：第一，永興自行至高雄小港機場提油反而更貴，係因另須設置油罐裝台設備，成本過高所致。第二，噴射機所加之油為最高級之煤油，但客戶自提之後不易掌握流向，因此每公升加價 1.6 元係為減少其流用誘因。不過，自民國 81 年 4 月 15 日以後，中油已應永興所請，認其油品流向可依永興公司歷年購油量查考，「不致造成政府稅收嚴重流失」，已改為按國內航線航空油牌價表，以每公升 9 元供應。第三，對營運國際航線之航空公司適用較低售價（包括對本國籍國際航線班機之油價），是因為燃料為外銷貨物，市場具國際競爭性，所以參考鄰近國家地區之機場航空用油料價格機動調整，而且匯率亦時有不同。

公平會認為中油公司之罐裝設備早於民國 64 年設置（此時永興尚未設立），而且，過去四年來永興在高雄站加油量僅達該站 60%，因此，罐裝設備並非專為永興而設。此外，公平會也認定可由中油來函之中，看出永興並未流用煤油，故其差別待遇不具正當理由。其次，公平會認為中油為國內唯一供油者（但並未用「獨占事業」字樣），而永興在台中線之用量占其總量 30% 至 40% 之間，所以，此一差別待遇使永興在競爭上，相對於台灣航空、大華航空、龍翔航空、復興航空等與其台中線重疊者，處與劣勢，已造成不公平競爭之虞。最後，公平會認為對外籍航空公司加油價格不同之部份，中油公司表示係因訂價原則、銷售對象、計算幣別、稅捐、市場等因素不同而有差距，「尚屬有正當理由。且飛行國際航線與國內航線之航空公司雖皆為事業，但因彼此之間並無競爭關係，故僅以價格之差異，尚難認定有違法情事。」

差別待遇（包含本案之差別取價）並非本質違法的行為，事業透過區隔市場，反而使低需求市場之消費者也得到供應，而不致被獨占者忽視（莊春發，1992:268）。不過，在法言法，中油案是相當「客氣」的處分。第一，中油實際上已於 81 年 4 月 15 日起，停止對永興之差別取價行為。第二，公平會並未就個案認定（或公

告)中油公司為獨占事業，再以違反公平法第十條規定予以處分，否則中油公司及其行為人尚會負擔刑責。

公平會認定永興公司在這種差別取價行為之下，會有受不公平競爭威脅之虞，這是等於美國在價格歧視法(即Robinson-Patman Act)之下的「第二層競爭損害」(secondary-line antitrust injury)，亦即買方與其競爭對手間之競爭因此受害。同時，因為中油公司是實質之獨占者，所以並無其他賣方可能受害，亦即並無美國法上的「第一層競爭損害」(primary-line antitrust injury)可言。至於未來是否會產生美國法上所稱「第三層競爭損害」(亦即永興航空公司之客戶因運費反映成本而增加，以致無法與其他航空公司之客戶而與其為同業者，立於有利之競爭地位)，則有待觀察。

就永興公司與其他本國而且從事國內線營運航空公司之間的差別待遇而言，中油公司提不出施行細則第廿三條所列之正當理由。對於永興公司等國內航線公司與外籍公司(公平會處分函理由欄未提本國但從事國際航線之公司)間之差別取價，公平會認為其原因之一是中油訂價政策，所以合理。仔細審閱這段敘述，似乎認為事業(而且是實質獨占者)只要有一個訂價政策，則訂價可謂合理，似乎有欠周延。至於公平會也把中油公司所提之銷售對象一點當做正當理由，也是不知何指。如果銷售對象相同，本來就無差別取價可言；如果說銷售對象不同，在「構成要件」上才該當於第十九條第二款。至於計算幣別之差異似乎無法解釋兩種油價相差之幅度(國內線用油為每公升9元，國外線用油則折算為約5元，差幅幾近一倍)。至於稅捐之差異，也應有限，因為依營業稅法的規定，如果國外航線用油品適用外銷貨物之零稅率，則依稅率之差幅應為5%而已。倒是中油公司所提市場之因素較有研究之必要。當然，飛機就是飛機，在直覺上，用的煤油不應有所差別。而外國石油公司並不在國內營運，飛航國際航線之航空公司因為航空安全法令之規定，也不能不加油即由台灣飛赴國外(至於飛入台灣者本來即不在國內加油)，因此，似乎無所謂任何因市場因素之差異。不過，飛

航國外線的航空公司理論上對國外航油之價位資訊，應較有掌握，與中油公司議約時較具籌碼。綜而言之，公平會以前述理由認為對飛航國內外的航空用油差別取價係為正當，恐怕欠缺說服力。而且，公平會認定因飛航國外者即不飛航國內，亦即因無競爭關係，所以不致有妨害公平競爭之虞，這似乎也是不對的說法，因為中華航空公司即是兼營國內、外航線之航空公司。

## 拾貳、公平會對除外規定之詮釋

據筆者之資料，迄民國 81 年 9 月 30 日之公報為止，公平會對公平法第四十五條及第四十六條除外規定的詮釋計有前述之台灣證券交易所被檢舉案，及台北市煤氣分區經營及瓦斯售價訂定研釋意見案<sup>86</sup>。對於證交所案，公平會認為依證券交易法第八十五條明文之規定，證券經紀手續費可以統一訂定並由證管會核定。準此，公平會認為檢舉案不成立（也因此並未將不成立檢舉案之處分書刊入公報，從資訊公開之立場而言，此為略為遺憾之處），不過，公平會也對證交所及證管會提出建議，希望改變費率結構，正好和證管會推動彈性費率的方向不謀而合，但因為目前證券市場低迷之情形，費率自由化尚難推動（劉紹樑，1992b:4）。

公平會在公研釋〇一〇號函中，再為函釋公平法第四十六條第一項之除外規定。本案之申請釋示人為台北市政府建設局，而公平會則認定：「貴市煤氣事業有關分區經營及瓦斯售價訂定，如係依『民營公用事業監督條例』辦理，得依公平交易法第四十六條第一項『事業依照其他法律規定之行爲，不適用本法之規定』排除適用。」此一研釋函等於是肯認北市煤氣分區經營及瓦斯售價訂定之行爲。不過，該函之用語也相當審慎，其前提為此營運方式「如係依」民營公共事業監督條例辦理。此外，本函釋也並未如證交所案之中，附具相關法律之具體條文以為依據。該條例早於民國 18 年制

訂，雖然在條文上不一定符合現在社會的要求，但是，以其第二條所規定之範圍而言，包括電燈、電力、其他電氣事業、電車、市內電話、自來水、煤氣、公共汽車、長途汽車、船舶運輸、航空運輸及其他依法得民營之公用事業。所以，本條例的確是企圖在反映有「自然獨占」的情形之下，採用經濟管制 (regulation) 取代市場自然運作之立法原意。該條例第十七條就分區經營之規定為：「民營公用事業，如其性質在同一區域內，不適於並營者，非經中央及地方監督機關認為原有營業者，確已不能再行擴充設備至足供公用之需要時，同一營業區域內，不得有同種第二公用事業之設立。」換言之，分區經營確為本條例所揭示之原則，但主管機關應認定其性質為同一區域內不適於並營者，依個人猜測，此為公平會研釋函看起來是「虛答」的緣故。此外，就分區經營而言，等於是承認區內獨占。這是一個身份問題，而非可以排除在公平法適用範圍之外的具體行為。準此，北市建設局函詢「分區經營」是否符合公平法似乎也因「虛問」而不切實。

至於台北市建設局就瓦斯售價訂定的問題則是「實問」，不過，因為公平會的研釋意見並未說明或附載瓦斯售價訂定之方法，看不出建設局之問題所在。倒是民營公用事業監督條例第七條對用戶收費規章之制訂或修正，規定應由地方主管機關簽具意見再由中央主管機關核准。既然如此，則只要分區經營之前提存在，其瓦斯訂價標準應有法律依據，理應可排除公平法之適用。換言之，公平會本研釋意見雖然看起來是以假設之語氣一筆帶過，其實可以再深入發揮其依據，因為這是正確之決定。

綜觀目前這兩個案例，尚屬較易處理之情形，因為有明文的法律（指立法院通過之法律）以及條文（指該條文有明確之規定）依據。但是，在我國以往較未注重法制要求的時代背景之下，許多含蘊產業政策的規定、措施在法律程序上，或許無法符合公平法第四十六條第一項之要求，依筆者等人初步之研究，與公平法之「精神」（不一定是條文）不符者，計有數百餘項（劉紹樑等，1992）。

未來就公平法除外規定之適用勢必會有許多有待澄清之疑點。

除了針對第四十六條之檢舉案及研釋案之外，另外也有一些和除外規定有關的問題，也是公平會目前已有實際處理經驗的案例。第一，公平法只適用於「事業」，換言之，如果不屬事業即根本排除在本法適用範圍之外，或許可稱之為「隱藏式的除外規定」。因此，本文前述第肆段對事業的分析，也是在研究除外規定範圍之時，應注意參考的領域。第二，同理，公平會在對與公平法立法目的有關之函釋，也與除外規定如何適用息息相關。譬如：公研釋〇一一號解釋函對青果會統一休市之行爲，認爲不妨礙市場功能，等於是在概念上將其排除，雖然並未引用第四十六條之條文。同理，在公研釋〇三四號函之中，公平會對省屬印刷廠承印各省屬其他機關之文件此一行爲，亦不適用公平法，也是採取這種「概念式排除適用」的另一個例子。

### 拾參、結論

本文嘗試以實證的方法，並以公平會處理之各種案件爲樣本空間，來回顧8個月以來公平法實施之成效，以便預測未來執行之方向以及障礙。在做出結論之前，必須先說明的是：競爭法（尤其是反托拉斯法）是困難度相當高的法律。因此，對公平會處理案件迄今之成果，吾人應擬訂妥適的評斷標準，而不宜在初期陳義過高。此外，公平法之最終有權機關不是公平會，而是法院，但是，依個人所知，我國司法界目前對競爭法之認知，以及對市場運作情形的掌握，比公平會欠缺甚多。因此，整個評釋的眼光也應採取較全面、長期的觀點。

綜前所述，個人對這些案例的觀察如下：

第一，公平會很努力地運用處分或研釋意見，以期產業達到調適的效果，並避免雷厲風行地執行公平法對事業可能產生之衝擊，

其適例包括對事業之認定，對結合行爲、聯合行爲之適用範圍等案例。此外，據筆者之了解，公平會也儘量避免移送法院。從產業調整的角度來看，個人認爲採取持續漸進的改革步調，以及抓緊改革的方向，是較正確的方法，從前述公平會 8 個月來的績效可以顯示這種步調。如果以過去幾個月的執行經驗做爲一種借鏡，則在前瞻未來的執行，可能結果不致偏離。

第二，公平會是否抓緊方向是較難回答的問題，其原因之一爲公平法的立法目的多元化。而從立法院的審議紀錄來看，當初立法委員有各種意識型態之意見（雖然代表起草機關之李前部長達海個人對本法之宗旨提示地很清楚），迄今學界對公平法的方向、執行也有相當不同的看法。據個人所知，經濟學界與法律學界的看法就可能不盡相同。展望未來，這種不同意見持續激盪的情形大概會一直存在，畢竟社會也已多元化。不過，希望在說理時，能夠加強法理以及產業經濟學理的訴求，公平交易法學才有可能進步。

第三，公平會本身之組織結構可能也是令人感覺無法捉摸其方向的一個原因。依照公平法及公平會之組織條例，該會之委員獨立行使職權，而該會之辦事細則係參考司法院大法官會議法制訂，亦規定委員會之決議採票決制。換言之，在國內諸多委員會都是實際上採行首長制的背景之下，公平會是在對案件執行上，做到符合委員制要求的少數委員會之一。但是，據個人了解，公平會迄今可能尚無動用表決之情形。雖然如此，並非委員之意見必然一致，個人猜測有相當程度的互動、協調、妥協。所以，個人覺得有些處分或研釋案可能本身不一定有共通之邏輯，或是幾個處分書、許可書或研釋意見函之中，無法以同一邏輯、理論予以貫通。除非將來公平會大膽地仿效大法官會議之規定，採用不同意見書 (dissenting or concurring opinions) 的程序，否則這種不一定齊一的感覺或許難以消除<sup>87</sup>。

第四，公平法「威力」所在之一是有關獨占的規定，當初行政部門希望這是「備而不用」的條款，不過，因爲有公告、民事、刑

事責任等規定，獨占的規定還是可能派上用場。問題是公平會一旦公告獨占之身分之後，當事人（買賣雙方、或是競爭對手之間）的戰場是否會轉到檢察官、法官的方向，仍是未定的因素。目前案例對市場界定、市場占有率認定的敘述也較為簡略，看不出來公平會對市場界定以及獨占身分認定的具體辦案標準。因此，這一部份仍是相當欠缺預測性的領域<sup>88</sup>。另外值得一提的是最近美國法曹協會（American Bar Association）對國際間執行反托拉斯法之研究報告之中，對西歐、北美等國家之獨占規定並未置一辭，似乎認為獨占並非反托拉斯法（即反獨占法）的核心問題，而在研究報告之中，對於東歐，中歐前共產國家最近制訂之競爭法，則建議避免在獨占行為方面的執行流於管制價格的窠臼（American Bar Association, 1992b）。

第五，公平會對聯合行為的處理態度大致上相當審慎，對於哄抬價格，減少供給之情形（如高雄信用合作社的約定利率案、花蓮蛋農案、特誠砂石車案）則採取相當明確的立場。但是聯合進口的許可（大宗物資案，三台轉播奧運案）是否反而有助於競爭者互通消息、互相調整競爭的腳步，則是值得再商榷及長期觀察的題目。前述美國法曹協會對世界主要工業國家有關卡特爾方面之執行績效，大致上認為尚有許多有待改進之處（如執行資源有限、出口卡特爾造成貿易扭曲效果、豁免過多反而造成影響市場機能的卡特爾合法化等等），包括執行反托拉斯法最嚴格之美國在內，其成果也被認為是差強人意而已（Lipsky, 1992:564; Victor 1992:574）。個人認為這應是未來執行的重點。

第六，以公平會目前對結合案件之處理而言，尚無不允結合之案例，而依個人對目前產業政策的粗淺了解（尤其是觀察中裕／裕民案、勸業銀行案等許可書中揭示之政策考量），公平會似乎不致於對結合案採取過於激烈之處理，反而是有可能為避免造成對投資阻礙，而從寬解（如華航旅行社案）。不過，如果「結果」不違法，為何要制訂管制「過程」之規定？又在立法管制後再從寬適

用？這是個人目前對結合部份條文執行的感想。國際間目前也相當關注對結合的管制（包含程序之規定如門檻、審核文件及時間，以及實質過程）如何協調或統合之問題。與澳洲、美國、加拿大、歐體、法國、德國、愛爾蘭、義大利、日本、西班牙、英國等國家比較，我國的申請門檻（如新台幣廿億元）似乎略嫌偏高，但處理時間則似乎居中（Halverson, 1992:531）。個人覺得公平會對結合案在短期的未來應會採取相當穩健之作法，但是對結合申報之門檻則宜評估世界各國的規定，以決定就銷售額之部份，在不改變法律條文之前提下，是否宜再予提高其金額。

第七，公平會對與經銷有關的行為案件引起之爭議較大，這也是工商界覺得在執行上道德訴求較強的一環。而從化粧品等查價專案來看，公平會的查緝工作似乎也較偏向於控制物價。前文已提及經銷是每一家廠商都可能從事之營業活動。因此，在可預見之未來，公平法在此一方面可能會有相當的衝擊，或繼續造成較大的爭議。這正好也是國外正在爭論中的課題。從 1970 年代末期開始，美國芝加哥學派的反托拉斯法學理論對美國的主管機關及法院有相當大的影響。在民主黨入主白宮，世界區域經濟體系逐漸形成的 90 年代，政府對市場、貿易行為的干預可能加強。我國公平法在這部份的執行，或許與外國一般地無法預期其方向及績效。

在亞當斯密的理論中，法律制度（他指的是保障契約自由，維護財產權）與市場機能是兩大基柱。公平法是這兩個學科的交匯點，公平會也是這兩類學者腦力激盪的最佳處所，而該會在過去幾個月來的表現可謂平穩。法律必須顯示其訴求的道理（法律人稱之為「法理」），公平會之中提及「公平」、「合理」等詞十餘次，應該是一種強調講道理的法律；這種道理不宜以道德訴求的理論為核心，而應該從產業經濟分析著手，這是筆者一項的主張。希望公平會處理的案例能夠逐漸形成一個有體系的反托拉斯法學（a body of antitrust jurisprudence），不但有助於學術界之研究或工商界的遵行，也可形成實施市場經濟國家的典範。



## 註 釋

- 1 見立法院公報第 75 卷第 76 期，第 1978 號，民國 75 年 9 月 8 日，頁 2 ~ 3。
- 2 如依公平法第四十六條第一項的除外規定，而認為依證券交易法第八十五條，可以由證券交易所統一約定證券交易手續費率。希望公平會未來會將這些決定也列入公報之中，以供實務界及學術界參考。
- 3 見公報第 1 卷第 5 期，頁 14。
- 4 同上，頁 23。
- 5 1965 年以後，經濟學界開始認識「休閒」與消費的關係，見 Becker, 1965。
- 6 見公報第 1 卷第 6 期，頁 36。
- 7 同上，頁 44。
- 8 見公報第 1 卷第 7 期，頁 20。
- 9 同上，頁 22。
- 10 同上，頁 31。
- 11 當然，這不是只有台灣會面對的問題。美國在民主黨政府執政並掌握國會之後，也再思考此一問題；歐洲共同體則在 1992 年市場統一化運動逐步完全之時，再思考這種互動關係，見 Harspool and Korah, 1992。  
劉紹樑，1992(a), p, 2。
- 12 見公研釋○二七號函，公報第 1 卷第 6 期，頁 42。
- 13 見公研釋○二六號函，公報第 1 卷第 6 期，頁 40。
- 14 見公研釋○一四號函，公報第 1 卷第 5 期，頁 26。
- 15 見公報第 1 卷第 4 期，頁 1。

- 16 有關時的效力尚有其他的案例，如下述的保生、保祥案，以及公平會對電話號碼簿中不實廣告的刊載等案。於此感謝公平會呂榮海委員提出的補正建議。不過，以違法行為及違法狀態這兩個情形來看，似乎仍是以台電案較有代表性，因為涉及公平法第六條的文字係指動態的行為或靜態的狀態此一癥結。
- 17 見公報第 1 卷第 6 期，頁 24。
- 18 同上，頁 38。
- 19 同上，頁 34。
- 20 見公報第 1 卷第 8 期，頁 28。
- 21 476 U.S. 752。
- 22 見公報第 1 卷第 6 期，頁 36。
- 23 同上，頁 43。
- 24 依「經濟日報」民國 82 年 2 月 12 日（第 2 版）之報導，財政部已正式核示：代客記帳業者接受納稅人「委託」辦理會計記帳業務，稅務上並未禁止。而且，該報導指出，財政部會輔導代客記帳業者，曾在 74 年發布解釋令，要求渠等向稽徵機關登記，並取得扣繳單位統一編號。由此可見，這些業者是具備獨立性的事業。
- 25 見公報第 1 卷第 6 期，頁 29。
- 26 見公報第 1 卷第 7 期，頁 34。
- 27 同上，頁 35。
- 28 見公報第 1 卷第 4 期，頁 4。
- 29 公研釋○一二號函，見公報第 1 卷第 5 期，頁 24。
- 30 從直覺上來看，此為相當明確的市場界定概念。不過，何謂「高雄地區」似乎也可再略為明確的說明。
- 31 見公報第 1 卷第 5 期，頁 24。

- 32 公平會呂榮海對此點似乎認為作者只爭執「法律上的一秒鐘」，其實可能誤解本文之原意。本文對此一案例係認為縱以公平法本身條文來看，合資行為成立的時點也已有現存事業。再者，以這種理由來說合資設立新事業就不適用公平法，或許在各國管制結合的實例上，還難看到類似的說詞。
- 33 有關學術界及公平會自己的評析，見黃美瑛(1993)，李延禧(1993)，林慶堂、洪德昌、楊家駿(1993)，及陳銘煌(1993)。
- 34 見公平會 81 年 3 月 28 日新聞稿。
- 35 見公報第 1 卷第 4 期，頁 1。
- 36 係有關獨占事業之規定。此一見解雖然只是行政解釋，對法院不一定有拘束力。但是，從罪刑法定主義及構成要件該當等基本刑法概念來看，這種看法是相當正確的看法。
- 37 見該公報，頁 2。
- 38 這也是美國近年來關切的問題，見 Fox and Halverson，1992，可見「競爭」與「合作」的合法或違法分際，一直是競爭法學上的問題。
- 39 研究歐體競爭法學者也認為歐體第 17 號規則（與我國管制聯合規定近似）下的「集體豁免」（block exemption）類型有限，為其缺失，見 Harspool and Korah (1992, p.372)
- 40 公平會呂榮海委員在評論本文初稿時，認為依司法獨立原則，要依靠檢察官依「微罪不舉」原則而不起訴，相當難以預測，這是一種反對說。不過，這說法也再確認為什麼施行細則要如此訂定。
- 41 見公報第 1 卷第 3 期，頁 3。
- 42 例如：公平會雖有調查權，也的確有行使該項權力，但仍無法完全掌握證據，見公平會呂榮海委員對本文初稿之評釋。
- 43 見公報第 1 卷第 5 期，頁 14。

- 44 見公報第 1 卷第 8 期，頁 32。
- 45 同上，頁 36。
- 46 同上，頁 30。
- 47 見公報第 1 卷第 8 期，頁 13。
- 48 見公報第 1 卷第 7 期，頁 7。
- 49 同上，頁 26。
- 50 見公報第 1 卷第 5 期，頁 19。
- 51 見公報第 1 卷第 6 期，頁 31。
- 52 見公報第 1 卷第 7 期，頁 28。
- 53 見公報第 1 卷第 5 期，頁 25。
- 54 見公報第 1 卷第 4 期，頁 7。
- 55 見公報第 1 卷第 6 期，頁 10、12、16、20、24。
- 56 202 U.S. 373, 1911。
- 57 432 U.S. 36, 1977。
- 58 465 U.S. 752, 762-63, 1984。
- 59 485 U.S. 717, 723-28, 1988。
- 60 465 U.S. 752, 764, n.9。
- 61 250 U.S. 300, 307 (1919)。
- 62 見公報第 1 卷第 6 期，頁 36。
- 63 272 U.S. 476, 488, 1926。
- 64 見公報第 1 卷第 6 期，頁 24。
- 65 390 U.S. 145, 149, 1968。
- 66 110 S. Ct. 1884。
- 67 737 F. 2d 698 (7th Cir), cert, denied 469 U.S. 1018, 1984。

- 68 見公報第 1 卷第 6 期，頁 31。
- 69 此文句似指此為約定俗成之合法交易習慣。
- 70 此一敘述似無必要，因為這種法律見解與合法性本身無關。
- 71 此係不實廣告之規定。
- 72 本文初稿發表時，淡江大學經濟系廖惠珠教授曾於會場附合此一意見，認為對訊息及服務之提供相當重要的產業，在 RPM 上宜只行評估，不要一概否定 RPM。
- 73 見公報第 1 卷第 5 期，頁 27。
- 74 同上，頁 28。
- 75 在對水平及垂直聯合行為都有管制及豁免的歐體之內，也有同樣的問題。依歐體第 17 號規則，可有 clearance 及 exemption 等程序。但是，論者認為一紙 comfort letter 對當事人保障不周。而且此一非正式決定係由執行委員會 (Commission) 為之，對歐體法院並無拘束力。而且，執委會又對每一個申報之行為皆予詳細審查，所以此一制度「實已破產」
- 76 見公報第 1 卷第 6 期，頁 10。
- 77 見公報第 1 卷第 8 期，頁 5。
- 78 見公報第 1 卷第 4 期，頁 8。
- 79 公平法第三十條。
- 80 見公報第 1 卷，頁 30。
- 81 見公報第 1 卷第 7 期，頁 32。
- 82 見公報第 1 卷第 6 期，頁 31。
- 83 見公報第 1 卷第 5 期，頁 19。
- 84 同上，頁 21。
- 85 見公報第 1 卷第 7 期，頁 11。
- 86 見公報第 1 卷第 5 期，頁 22。

- 87 見司法院大法官審理案件法第十七條。
- 88 至於公平會與法務部及檢察官為統一法律見解而達成之協議如附錄一。

## 附錄一

### 公平會與法務部及檢察機關首長 就公平法執行及法律見解之協議

#### 一、有關檢察機關應配合之事項

1. 檢察官辦理違反公平交易法案件，如屬違反行政規定者，於為不起訴之處分後，應檢附不起訴處分書送請行政院公平交易委員會處理。
2. 檢察官辦理違反公平交易法案件，其犯罪之成立，以公平會之行政處理為前提要件者，檢察官應先向公平會查詢處理之情形。
3. 檢察官辦理違反公平交易法案件，其犯罪之成立，不以公平會之行政處理為前提要件者，對有關公平法規定之經濟概念、名詞應儘量徵詢公平會之意見。
4. 檢察官辦理違反公平交易法案件，如公平會曾依該法第四十一條程序為行政處理且該違法之事業已依公平會之命令停止或改正者，檢察官儘量依法予以職權不起訴之處分。
5. 檢察官辦理違反公平交易法案件，因向公平會查詢或徵詢意見，致超越辦案期限時，得簽請該案視為不遲延。
6. 檢察官辦理違反公平交易法案件，因向公平會查詢或徵詢意見時，應儘量函請公平會提供書面意見，避免傳喚該會人員到庭說明。
7. 公平會人員有無司法搜索權，請法務部檢察司研究。

## 二、有關公平會應配合之事項：

1. 檢察官辦理違反公平交易法案件，其犯罪之成立以行政處理為前提要件者，公平會於函送檢察官時，對行政處理情形，應加以明確說明，並提供具體意見。
2. 公平會受理違反公平交易法案件，其犯罪之成立不以行政處理為前提要件者，如公平會已依該公平法第四十一條程序為行政處理且該事業已停止或改正者，公平會得請求檢察官儘量依法予以職權不起訴之處分。
3. 公平會對各地檢察署處理違反公平法案件之書面查詢，不論有無結論，請儘量在一個月內答覆。
4. 請公平會指派一人參加台高檢署偵查經濟犯罪中心諮詢協調委員會為委員，以加強聯繫。

資料來源：「法務通訊」第 1568 期，第 2 版，民國 81 年 4 月 16 日。

## 參考資料

王志剛

1992 「公平交易法的實施成效與檢討」，公平交易法與產業發展研討會專題演講(9月7日)。

李延禧

1993 「獨占事業公告作業檢討報告」，《公平交易季刊》，1(1): 27-68。

林慶堂、洪德昌、楊家駿

1993 「製造業獨占事業之認定」，《公平交易季刊》，1(1):68-84。

莊春發

1992 「立法管制價格歧視」問題的研究，《經社法制論叢》，10:

267-300。

黃美瑛

- 1993 「市場範圍界定及測定方法評估——反托拉斯法執行關鍵之研究」，〈公平交易季刊〉，1(1):1-26。

陳銘煌

- 1993 「服務業獨占事業之認定與公告」，〈公平交易季刊〉，1(1):85-102。

廖義男

- 1981 「飲料業以摸彩贈獎促銷」，公平交易法案例解析系列之六 1981，〈工商時報〉9月3日第3版。

劉紹樑

- 1990 「新產業革命與競爭法 —— 歐美反托拉斯法與我國公平法之比較研究」，〈政大法學評論〉42:259-301。

劉紹樑

- 1991 「從意識型態和執行實務看公平交易法」，〈政大法學評論〉44:9-55。

劉紹樑

- 1992(a) 「公平交易法對證券業的影響」，公平交易法與產業發展學術研討會論文，(9月7日—8日)

劉紹樑

- 1992(b) 「評析美國一九九二年水平結合指導準則」，〈公平交易季刊〉1(1):37-56。

劉紹樑、薛琦、莊春發、張長樹

- 1992 「公平交易法除外規定之研究」，行政院經建會經社法規健全小組委託研究報告。

蘇永欽、陳榮傳、魏杏芳、何君豪、楊富強

- 1991 「非正式程序與補充性規則」——簡介二個落實公平交易法的重要機制，〈經社法制論叢〉，7:39-76（一月），8:



57-86 (七月)。

Alchian, Armen A. and Harold Demsetz

1972 "Production, Information Cost, and Economic Organization," *American Economic Review* 62:777-795.

American Bar Association, Antitrust Law Section

1992(a) *Antitrust Law Developments (Third)*, Chicago, Illinois.

American Bar Association, Antitrust Law Section

1992(b) *Report of the Special Committee on International Antitrust*, Chicago, Illinois.

Areeda, Phillip E., and Donald F. Turner

1975 "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act." *Harvard Law Review* 88: 697-733. pp. 697-733.

Arquit, Kevin J.

1992 "Resale Price Maintenance: Consumers' Friend or Foe," *Antitrust Law Journal* 60:447-464。

Becker, Gary

1965 "A Theory of the Allocation of Time," *Economic Journal* 75:493-517.

Blair, Roger D., and Jeffrey L. Harrison

1992 "The Measurement of Monopsony Power," *Antitrust Bulletin* 37:133-150.

Burns, Malcolm R.

1986 "Predatory Pricing and the Acquisition Cost of Competitors," *Journal of Political Economy* 94:266-96.

Coase, Ronald H.

1937 "The Nature of the Firm," *Economica* 4:386-405.

Denger, Michael L.

1992 "Resale Pricing Issues in Distribution and Franchisor

- Operations," *Antitrust Law Journal* 60:419-445.
- Easterbrook, Frank H.  
1981 "Predatory Strategies and Counterstrategies," *University of Chicago Law Review* 48:263-337.
- Fox, Eleanor M. and Halverson James T.  
1992 "Collaboration Among Competitors: Antitrust Policy and Economics," *American Bar Association*, Chicago, Illinois .
- Halverson, James T.  
1992 "Harmonization and Coordination of International Merger Procedures," *Antitrust Law Journal* 60:531-42.
- Harspool, Margot and Korah, Valentine  
1992 "Competition," *Antitrust Bulletin* 37:337-385.
- Huie, Marsha Cope  
1988 "The Intra Enterprise Conspiracy Doctrine in the United States and the European Economic Community," *American Journal of Comparative Law* 36:307.
- Jacobson, Jonathan M., and Dorman, Gary  
1992 "Monopsony Revisited: A Comment on Blair & Harrison," *Antitrust Bulletin* 37:151-170.
- Jensen, Michael C. and William H. Meckling  
1976 "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure," *Journal of Financial Economics* 3:305-360.
- Klein, Benjamin, and William F. Murphy  
1988 "Vertical Restraint as Contract Enforcement Mechanisms," *Journal of Law and Economics* 31:265-278.
- Krattenmaker, Thomas G., and Stephen Salop,  
1986 "Anticompetitive Exclusion: Raising Rivals' Cost to Achieve Power Over Price," *Yale Law Journal* 86:209-

93.

Leibenstein

1950 "Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumer Demand," *Quarterly Journal of Economics* 62:183-267.

Lipsky, Jr., Abbott, B.

1992, "Deterring Cartel Behavior: Harmonies and Disharmonies, Problems and Solutions," *Antitrust Law Journal* 60:563-569.

Marvel, Howard P., and Stephen McCafferty

1984, "Resale Price Maintenance and Quality Certification," *Rand Journal of Economics* 15:246-359.

Marvel, Howard P., and Stephen McCafferty

1985, "The Welfare Effects of Resale Price Maintenance," *Journal of Law and Economics* 28; 363-81.

McManis, Charles

1988 *Unfair Trade Practices*, West Publishing, St. Paul, Minn. ◦

McGee, John S.

1958 "Predatory Price Cutting: The Standard Oil (N.J.) Case," *Journal of Law and Economics* 1:137-69.

Ordover, Janusz A., and Robert D. Willig

1981 "An Economic Definition of Predation: Pricing and Product Innovation," *Yale Law Journal* 91:8-53.

Overstreet, Thomas R. Jr.

1983 *Resale Price Maintenance: Economic Theories and Empirical Evidence*, Washington, D.C. Federal Trade Commission, Bureau of Economics Staff Report (November) ◦

Rey, Patrick, and Jean Tirole

- 1986 "The Logic of Vertical Restraints," *American Economic Review* 76:921-39.
- Sullivan, E. Thomas, (ed.)  
1991 *The Political Economy of the Sherman Act: The First One Hundred Years*. Oxford University Press, New York, N.Y..
- Telser, Lester G.  
1960 "Why Should Manufacturers Want Fair Trade," *Journal of Law and Economics* 3:86-105.
- Veblen, Thorstein  
1934 *The Theory of the Leisure Class*, the Modern Library, New York, N.Y. ◦
- Victor, A. Paul  
1992 "Export Cartels: An Idea Whose Time Has Passed," *Antitrust Law Journal* 60:571-81.

# 台灣產業市場範圍界定之實證研究： 價格相關係數法與 Granger 因果 測定法之應用\*

黃美瑛\*\*

## 壹、前言

市場範圍界定 (market delineation)，或稱市場界定，係從事反托拉斯分析中極為重要的先決步驟。以美國反托拉斯法為例，在其執行有關市場結構及市場行為之規範條款（休曼法第一、二條及克萊登法第七條）時，當企業行為導致實質上減弱特定相關市場內之競爭，或有使市場結構趨向獨占化之虞者，依法應受控訴，則此特定相關市場範圍的界定，乃據以作為衡量市場集中度，或計算市場占有率等反映市場結構及競爭程度指標之基礎。以台灣的情況來看，在執行公平交易法（以下簡稱公平法），有關獨占、結合、聯合行為、以及不公平競爭等規範條款時，市場範圍界定亦扮演極為關鍵性的角色。

台灣公平法中有關規範獨占的條款，涉及第五條、第十條、以及公平法施行細則第三、四條。在其第五條，首先定義「獨占」及

---

\*本文曾發表於民國81年12月中央研究院中山人文社會科學研究所及行政院公平交易委員會所舉辦之「產業經濟學暨公平交易法學術研討會」，作者衷心感謝蔡吉源、胡名燮教授及兩位匿名評審之寶貴建議及指正。作者在台經院林大侯主持之研究計劃（民國82年）中，與顏吉利教授、曾巨威教授共同擔任該計劃之顧問，而本文部分實證資料之取得，特別感謝周佩萱小姐、黃玄騰先生與朱正中先生之協助，謹此致謝。

\*\* 國立中興大學經濟系副教授

「特定市場」，而在第十條中規定，禁止獨占事業以不公平之方法，實施濫用其獨占地位之行為，且規定獨占事業由中央主管機關認定並定期公告之。進而，為提供獨占認定的標準，公平法施行細則分別於其第四及第三條中，設定事業之市場占有率及銷售總金額的標準，作為認定獨占事業的門檻條件，並明定中央主管機關公告獨占時，除了考量事業在特定市場的占有率，亦需審酌商品或服務在特定市場中時間空間之替代可能性，事業影響特定市場價格之能力，他事業加入特定市場之進入難易，以及商品或服務之輸出入情況等事項；由此可見，事業是否具有獨占地位，概以事業是否在既定的相關市場內具有顯著的市場壟斷力而定，則一個適當的相關市場範圍之界定，乃為正確衡量事業壟斷力大小的先決要件，亦顯見市場範圍界定在公平法執行獨占條款上的關鍵性。

以公平法涉及結合規範的條款來看，其中第十一條規定，事業結合應向中央主管機關申請許可的條件，以事業在特定市場的占有率及銷售金額，是否達到設定的標準而定，且其第二項亦明定，市場占有率達 1/5 之事業，由中央主管機關定期公告之，則第十一條之執行，亦以事業市場占有率之提供為必要條件，而市場占有率又須以一預設或既定之市場範圍為其計算基礎。公平法第七及十四條分別為聯合行為之定義及規範條款，第十四條規定，若聯合行為有益於整體經濟與公共利益，中央主管機關得予許可，則此聯合行為准駁之標準，乃需根據聯合行為在其相關市場內所形成對競爭之不利，與聯合行為可能促進整體經濟及公共之利益，相與比較，若整體利益大於個體利益，則該聯合行為應予許可。因此，相關市場之界定，亦為公平法執行聯合行為准駁決策不可或缺之要件。同樣地，公平法中有關不公平競爭方式之規範（十八條至廿四條），亦視涉及不公平競爭之企業行為，是否在「相關市場」內形成對公平競爭的實質限制或妨礙，而致影響交易秩序而定。

總而言之，公平法在執行其涉及獨占、結合、聯合行為及不公平競爭方式之條款時，一個預設的相關市場範圍，實為衡量市場壟

斷力或計算市場占有率，並作成執法決策的先決基礎，進一步說，若所界定之市場範圍太寬（窄），則在相關市場內個別事業（廠商）之占有率將偏低（高），或其結合、聯合行為或不公平競爭行為對競爭之影響效果亦將低（高）估，則直接影響決策品質；一個市場範圍的適當界定，實為作成一項正確的反托拉斯決策之主要關鍵。

鑑於市場範圍界定在反托拉斯執行上所扮演的極具關鍵性角色，本研究之目的，擬基於理論及實證可行性之觀點，探討在反托拉斯分析目的下之市場定義的概念及應用，並建議數種可行的市場範圍實證測定模型，運用台灣產業資料，進行測試。本文提出之市場界定理論及測定模型，應可作為公平法決策機構實務上有用的分析工具，而本文市場測定之實證結果，亦可加強對所測試之產業市場特性之瞭解，或可提供執法機構進行市場界定之參考。

本文研究之架構，第二節將透過對市場定義及測定相關文獻的探討，說明在反托拉斯經濟之應用上，應如何定義市場以及進行市場測定，並建議兩種市場實證測定法——價格相關係數法（price correlation test），以及 Granger 因果測定法（Granger causality test），利用台灣產業市場別之價格（或利率）時間數列資料，進行台灣產業市場範圍界定之實證分析；第三節為兩種市場測定法理論與實證模型之建立及其比較；第四節為價格相關係數法之實證分析與結果；第五節為 Granger 因果測定法之實證分析與結果；最後為本文之結論。

## 貳、相關文獻回顧

市場為經濟理論的中心概念，而從事反托拉斯分析中所需之市場界定原則，亦可由經濟學原理中取得。美國法院在 1956 年處理著名的「布朗鞋業——奇尼公司」合併案件<sup>1</sup>時，首次公布一個定義市

場的純經濟法則，宣稱某產品本身及其替代品之間在用途上的合理替代性，或其需求之交叉彈性，即決定了一個產品市場的範圍；唯欲取得值得信賴的交叉彈性估算值極為困難<sup>2</sup>，其後乃有基於反托拉斯分析之目的，發展出各種市場定義之概念及市場測定分析法。大致上，市場定義可分為經濟市場 (economic market) 及反托拉斯市場 (antitrust market) 兩種概念，而實際上，市場定義具有多重層面且極複雜，並無單一定義可適用於各種不同分析目的之所需，而無論基於何種市場概念，一個適當的市場定義，至少應包含產品、地理區域、及時間三個層面的考慮<sup>3</sup>。下列將進一步針對兩種市場定義的概念，分別說明並作比較。

所謂經濟市場，係指根據早期經濟學家 Cournot 及 Marshall 對市場的看法而作成之定義。Marshall 提出一定義相關經濟市場的準則：當一個市場愈近乎完全 (nearly perfect) 的市場，則在該市場的所有範圍內，同一時間支付給同一物品相同價格的趨勢將愈強；但是在市場很大的情況，當然必須考慮物品運送到不同購買者的運輸費用；每一個購買者除了應支付市場價格之外，尚應負擔運輸費用<sup>4</sup>。換句話說，如果在一既定範圍內，扣除運輸成本後存在一個單一價格，則意謂買者或賣者在該範圍內任一地點從事交易，為在該範圍內其他地點進行交易的絕佳替代。因此，經濟市場的主要概念，係基於廠商會利用價差進行供需的套利交易，而促使價格趨向一致或相等，則一個經濟市場，可定義為促使趨向價格一致性 (price uniformity) 的一組經濟行為者。

所謂反托拉斯市場，係指根據 1982 年及 1984 年美國司法部發布之合併準則 (U.S. Department of Justice Merger Guidelines, 1982 年及 1984 年修正後條文)<sup>5</sup> 所定義之市場，合併準則中定義一個市場為一種產品或一組產品，以及生產或銷售該類產品的一個地理區域，使得該區域內假想的一個追求利潤最大的公司，其為這類產品目前與未來僅有的生產或銷售者，將可以附加一個「少，但是顯著且非暫時性 (small, but significant and nontransitory)」的價



格上漲，而能使其超過現行或未來可能的價格水準；構成一個市場的這組產品與地理區域，將個別地視為產品市場 (product market) 及地理市場 (geographic market)<sup>6</sup>。因此，一個反托拉斯市場，係指擁有潛在市場力的一群最小範圍的生產者，進而言之，屬於同一個反托拉斯市場的一群生產者，如果充分協調其行動，將可以提高價格而獲利。

無論採用經濟市場定義，抑或反托拉斯市場定義，雖然其各派支持者所強調的市場定義準則不同，然而，基於市場概念的多種層面及複雜性，並無單一市場定義可以適用於各種不同應用之所需，而能得到反托拉斯學者、經濟學者及法院的一致贊同。因此，基於市場界定在反托拉斯執行上所扮演的關鍵性角色，理論上，定義一個市場須同時顧及實際及潛在買賣雙方之認知及行動。一般而言，一個市場定義為涵蓋在一個地理區域內的實際及潛在的重要供需雙方，且其在該地理區域內，可以約束那些銷售高度消費或生產替代產品之廠商的價格及非價格行動與策略<sup>7</sup>。至於在實務上，一個市場定義則必須是實際上可運作的，且能將經濟理論之應用與可觀察的資料或證據予以聯繫，因此，綜合市場定義及測定之相關文獻，許多研究乃基於反托拉斯分析之目的，建立各種實證上可行之市場測定模型。

實證上，各種市場測定法均基於其特定之市場定義，並據以建立進行市場界定之理論架構或模型。大體而言，文獻上以基於經濟市場定義之市場界定研究較為豐富，其理由概因反托拉斯市場概念，係源自 1982 年合併準則中對市場之定義而產生，故採用反托拉斯市場概念之市場界定分析，亦在近十年來才引起反托拉斯研究者之重視。

基於經濟市場定義之市場測定法，以使用之資料來看，可分為價格法 (price test) 及運量法 (shipment test)。前者強調價格為最直接能反映市場內各種競爭上影響的主要變數，故以價格資料作為市場界定分析的唯一基礎；而後者則強調當進行地理市場界定时，唯

一需要者為實質運量資料。事實上，基於反托拉斯分析之目的，單獨依賴價格資料或運量資料，均不足以界定適當的相關市場範圍<sup>8</sup>。利用運量法進行市場測定之重要文獻，包括 Elzinga and Hogarty (1973), 以及 Shrieves (1978) 等。而價格法之市場測定分析，主要有以下幾種分析方法：Horowitz (1981) 之迴歸分析法，Stigler and Sherwin (1985) 之價格相關係數法，Uri-Howell-Rifkin(1985) 利用 Pierce and Haugh(1977) 模型進行之因果性測定，Slade(1986) 引申 Granger (1969) 因果性概念進行之外部性測定法 (exogeneity test)，Huang(1987) 直接利用 Granger(1969) 因果性定義，建立 Granger 因果性模型之市場界定分析，以及 Spiller and Huang(1986) 將套利成本納入經濟市場分析之轉換制度 (switching regimes) 法。各種市場測定法之方法論及實證測定準則之說明，請參考黃美瑛 (民國 82 年)。

基於反托拉斯市場定義之市場界定分析，最主要的文獻為 Sheffman and Spiller(1987)，其以建立剩餘需求函數並估計其彈性，作為進行反托拉斯市場測定的基礎。Kohler(1988) 亦應用剩餘需求法於差異性產品之市場界定。至目前為止，直接運用反托拉斯市場定義，並據以提出其他可行之實證測定法者，尚不多見。

國內自公平法草擬階段以來，強調「特定市場」定義或市場界定課題重要性之相關文獻，舉其要者，例如：廖義男 (民國 74 年)，廖義男、林永頌 (民國 74 年)，顏吉利 (民國 74 年、民國 77 年)，周添城 (民國 80 年)，黃美瑛 (民國 82 年)，李延禧 (民國 82 年)，林大侯、周佩萱及黃玄騰 (民國 82 年)，以及劉邦典、謝美玲及吳美榕 (民國 82 年) 等，其中林大侯等 (民國 82 年) 及劉邦典等 (民國 82 年) 之研究，與本文之研究目的類似，但是研究方法及內容則為不同。

林大侯等 (民國 82 年) 「市場範圍界定暨獨占行為態樣之探討」，以及劉邦典等 (民國 82 年) 「服務業市場範圍之界定與獨占事業之認定」，係公平會委託台灣經濟研究院，配合其執行「公告

獨占事業」業務之研究成果。兩項研究報告指出，在時間、人力、及資料的限制下，現階段市場範圍界定之實際程序，係根據現有的產業分類，作為市場初步分類的基礎，再綜合業界、公會及專家學者之意見，經過公平會「產業市場專案小組」多次的討論，完成台灣產業市場範圍界定的結果。因此，兩項研究所進行之市場界定，所採用之研究方法並未基於經濟理論，提供統計上較為客觀之指標，作為界定市場範圍的依據。然而，林大侯等（民國82年）一文為提供數量指標，作為日後調整市場範圍之參考，復於市場界定完成後，選擇若干涉有獨占結構的市場，利用價格相關係數法，進行市場測定，結果列於其附錄五<sup>9</sup>。

進而，黃美瑛（民國82年）之研究中，透過相關文獻之探討，提供市場定義及測定之經濟理論依據，並對各種實證上可行之市場測定法進行評估及比較，其結果建議，Stigler-Sherwin(1985)之價格相關係數法為一適用性廣泛，資料需求適中，且在實證上易於操作的市場測定法；進而，針對價格相關係數法屬於靜態分析之本質，以及其界定市場標準之設定為任意性質，故進一步建議，以動態本質及統計上較具客觀性之Granger因果測定法，作為輔助價格相關係數法的另一實證上可行，且理論上較令人滿意的市場測定法。

若論及根據市場界定理論，進行市場測定實證分析之研究，則本文為國內首見，鑑於市場定義之多重層面及其複雜性，並無單一市場定義可以適用於各種層面之使用，而基於不同市場概念所建立之各種市場測定法，在實際應用上亦均有其限制或缺失，並無任何一個單一的市場測定法，可以一致地運用於具有不同特徵產業之市場界定，而得到普遍的支持<sup>10</sup>。然而，基於執法時實際運作之所需，仍應順應不同的個案，擇取相對而言較為適當且可行之市場測定法。因此，本文乃嘗試將兼具理論及實證可行性之市場測定法，應用於台灣產業市場範圍之界定。本研究選擇台灣兩類商品市場（石油煉製品及熱可塑性塑膠），以及兩類資金通市場（銀行存款市場與民間借貸市場）為例<sup>11</sup>，分別搜集其價格及利率時間數列

資料，引用 Stigler-Sherwin(1985) 價格相關係數法及 Granger 因果測定法，進行市場測定之實證分析，其結果除了可以印證兩種市場測定法，應用在台灣產業市場界定之適用性，亦可由市場界定之結果，進行兩種市場測定法之比較，進而，Granger 因果測定法之實證結果，將進一步提供所測定之市場，有關價格決定之動態性與市場效率性 (market efficiency) 之訊息。

## 參、兩種市場測定法之理論與實證模型

### 一、價格相關係數法與市場測定

本文所採用之價格相關係數市場實證測定法，基本上依循 Stigler and Sherwin(1985) 之方法論，故稱為 Stigler-Sherwin 價格相關係數法。下列將對其應用價格相關係數作為市場界定標準之理論上的證明，給予較有力的說明。Stigler and Sherwin(1985) 以地理市場界定為例，證明當兩地區對數價格一階差分 (first difference of logged prices) 的相關係數愈高，則其價格差異相對於價格的和 (或平均) 的比例越小，則可推論兩地區屬於相同市場；而在產品市場範圍界定方面，強調當兩產品的價格交叉彈性愈高，則其相對價格維持一穩定比例，則此兩產品應屬於相同市場。然而，在 Stigler and Sherwin(1985) 文中，並未明白地將此兩者的理論及統計證明予以聯繫。事實上，價格相關係數法應用於市場界定，其理論及統計基礎同時適用於相關地理市場及相關產品市場之測定。因此，在本文下列之理論證明中，乃將此兩者予以聯繫，推論價格相關係數在地理市場及產品市場界定中扮演之角色。

Stigler and Sherwin(1985) 強調價格變數在市場界定中扮演的角色，因為價格是市場所決定的，所以，一個市場範圍可由其價格之決定，及其決定過程中所提供的訊息，予以界定。因此，Stigler and Sherwin(1985) 基於市場內價格變動的相似性，或價格朝向一致

性的趨勢，作為其界定相關產品市場及相關地理市場的標準，而在統計上，則以價格相關係數作為測度價格變動相似性或一致性的指標；其測定市場的基本準則如後：當兩產品（或兩區域）的價格相關係數愈高，則此兩產品（或兩區域）屬於相同產品（或地理）市場的可能性愈高。此測定準則的理論或統計基礎，說明如下：

Stigler and Sherwin(1985)指出，當兩產品（或兩區域）的相對價格維持一穩定比例，則此兩產品（或兩區域）為屬於相同市場。（換句話說，具有生產或消費上的高度替代）。此定義相當於下列較常用的說法：當兩產品（或兩區域）的供給或需求的價格交叉彈性很高，則該兩產品（或兩區域）應屬於同一市場。以需求面來看，令  $X_1 = f(P_1, P_2, R)$  為需求函數，其中  $P_1, P_2$  分別代表  $X_1, X_2$ （ $X_1$  的替代品）的價格， $R$  為所得， $f$  為零階齊次函數，則

$$\frac{\partial X_1}{\partial P_1} P_1 + \frac{\partial X_1}{\partial P_2} P_2 + \frac{\partial X_1}{\partial R} R = 0$$

此式隱含  $\eta_{11} + \eta_{12} + \eta_1 = 0$ ，其中  $\eta_{11}$  代表  $X_1$  的本身價格彈性（為負值）， $\eta_{12}$  代表  $X_1$  在  $P_2$  變動時的交叉彈性（為正值），而  $\eta_1$  代表  $X_1$  的所得彈性，則可見交叉彈性愈大，隱含本身價格彈性的絕對值也愈大。令  $X_2$  不變，則可計算相對價格（ $P_1 / P_2$ ）在  $X_1$  變動時的彈性如下：

$$\frac{\partial (P_1/P_2)}{(P_1/P_2)} \bigg/ \frac{\partial X_1}{X_1} = \frac{\partial (P_1/P_2)}{\partial X_1} \cdot \frac{X_1}{(P_1/P_2)} = \frac{1}{\eta_{11}} - \frac{1}{\eta_{12}}$$

可見，交叉彈性愈高，同時隱含本身的價格彈性絕對值高，則此相對價格在  $X_1$  變動時的彈性（絕對值），就會愈小，而此相對價格的彈性（絕對值）小，即隱含在相對生產量或購買量變動時，相對價格變動的幅度很小，亦即相對價格維持相當穩定的比例；因此，我們可推論當兩產品（或兩區域）供給或需求的價格交叉彈性

愈高，或其相對價格維持一穩定的比例，則此兩產品（或兩區域）屬於相同的產品（或地理）市場。

進一步探討將原始價格序列取其一階差分之價格相關係數在統計上的角色，並推論其與市場界定之關聯：Stigler and Sherwin (1985) 指出，當以測定相對價格之穩定性來界定市場，亦可以兩產品（或兩區域）價格的差異，與其價格的和或平均來比較，如果價格差異的變異，除以平均價格（或價格和）的變異之比例越小，則表示兩產品（或兩區域）的相對價格維持穩定比例，而應屬於相同市場。

令兩產品（或兩區域）之價格序列為隨機漫步 (random walks) 型態，若以對數價格序列表達，

$$\ln P_{i,t} = \ln P_{i,t-1} + a_{i,t}$$

即代表第  $i$  種產品（或第  $i$  個區域）之價格序列的特徵<sup>12</sup>，若令  $\rho = \text{corr}(a_{1t}, a_{2t})$ ， $0 < \rho < 1$ <sup>13</sup>，且  $\text{Var}(a_{it}) = \sigma^2$ ，則由比較兩產品（或兩區域）之價差與價格和（或平均）之相對變異，即可測試兩產品（或兩區域）是否屬於相同市場。

$$\text{因爲 } \ln P_{1t} - \ln P_{2t} = (\ln P_{1,t-1} - \ln P_{2,t-1}) + (a_{1t} - a_{2t})$$

$$\ln P_{1t} + \ln P_{2t} = (\ln P_{1,t-1} + \ln P_{2,t-1}) + (a_{1t} + a_{2t})$$

$$\begin{aligned} \text{則 } \frac{\text{Var}(\ln P_{1t} - \ln P_{2t})}{\text{Var}(\ln P_{1t} + \ln P_{2t})} &= \frac{\text{Var}(\ln(P_{1t}/P_{2t}))}{\text{Var}(\ln(P_{1t}P_{2t}))} \\ &= \frac{\text{Var}(a_{1t} - a_{2t})}{\text{Var}(a_{1t} + a_{2t})} = \frac{1 - \rho}{1 + \rho} = -1 + \frac{2}{1 + \rho} \end{aligned}$$

$$\text{其中， } \text{Var}(a_{1t} - a_{2t}) = 2\sigma^2 - 2\sigma^2\rho = 2\sigma^2(1 - \rho)$$

$$, \text{Var}(a_{1t} + a_{2t}) = 2\sigma^2 + 2\sigma^2\rho = 2\sigma^2(1 + \rho)$$

由上式之關係，則可得下列之推論：當兩產品（或兩區域）對數價格一階差分序列的相關係數（ $\rho$ ）越高，表示此兩產品（或兩區域）價差變異相對於平均價格的變異越小，或說其相對價格維持較穩定之比例，則可推論兩產品（或兩區域）屬於相同之產品（或地理）市場。綜合言之，當兩產品（或兩區域）對數價格的一階差分之相關係數愈高，可推論其相對價格維持一穩定比例，而表示兩產品（或兩區域）的供給或需求的價格交叉彈性很高，則此兩產品（或兩區域）應屬於相同市場。本文進行價格相關係數市場測定時，均以序列相關之測試，決定價格時間序列是否為一階或二階差分的隨機漫步型態，若其對數價格之一階差分的序列相關顯著降低，則可據此對數價格的一階差分計算相關係數，以測定相關市場。

## 二、Granger 因果測定法與市場測定

本文所採用的因果模型之建立，係根據 Granger(1969) 之因果性定義，故稱其為 Granger 因果測定法。Granger 之因果性定義中，假定只有現在及過去的訊息可以影響未來，但是未來不能改變或影響現在及過去，且以雙元情況 (bivariate case) 建立因果測定實證模型<sup>14</sup>，並令其訊息集合 (information set) 中包含雙元序列  $X_t = (X_{1t}, X_{2t})$  的所有過去及現在的觀察值，則其因果模型可以進行下一期預測 (one-step ahead prediction)。

令  $(X_{1t}, X_{2t})$  為雙元隨機定態 (stationary) 序列，而  $X_{1,t+1}$  代表在  $t$  時點所預測  $X_1$  之  $(t+1)$  時點的預測值，則我們可推論，如果除了利用  $X_1$  本身在  $(t+1)$  時點以前的所有訊息，額外再加上  $X_2$  在  $(t+1)$  時點以前的所有訊息，會得到對  $X_{1,t+1}$  較佳的預測，則稱  $X_2$  為  $X_1$  的因 ( $X_2$  is causing  $X_1$ )，或說  $X_2$  影響  $X_1$ 。一個較佳的

預測就是指其預測誤差較小；在實務上，普遍限於線性預測量的考慮，故以最適線性預測量的均方誤，作為預測誤差的比較。

上述因果性定義可進一步說明如下：如果利用包含  $X_2$  的訊息集合去預測  $X_{1,t+1}$ ，結果發現其最適預測量的均方誤，較基於不包含  $X_2$  的訊息集合所作預測之均方誤為小，則稱  $X_2$  影響  $X_1$ 。如果訊息集合中額外加入  $X_{2,t+1}$  的訊息，亦較之沒有  $X_{2,t+1}$  的訊息之預測來得精確，則稱  $X_2$  對  $X_1$  有立即因果性 (instantaneous causality)。當  $X_2$  影響  $X_1$  (或  $X_1$  影響  $X_2$ )，指出兩者的單向因果性 (unidirectional causality)；如果  $X_2$  影響  $X_1$ ，且  $X_1$  影響  $X_2$ ，則稱  $X_1$ 、 $X_2$  之間具有雙向因果性 (bidirectional causality) 或回饋關係 (feedback relationships)。下列為本文利用 Granger 因果測定法進行市場界定分析的實證模型。

一個雙元序列  $X_t = (X_{1t}, X_{2t})$  通常可以表達為一無窮自行迴歸 (infinite-order autoregression) 序列的形式，然而，為了實際上進行測定，必須對該無窮序列選擇並設定有限階數，以適當地描述序列產生的動態關聯。Granger 因果性測定將基於下列模型，利用普通最小平方法 (OLS) 估計因果關係，然後計算 F 統計量值，進行虛無假設為“無因果性”之檢定。

$$(1) X_{1,t} = \alpha_1 + \sum_{j=1}^M d_{11,j} X_{1,t-j} + \sum_{j=1}^M d_{12,j} X_{2,t-j} + a_{1,t}$$

$$(2) X_{1,t} = \alpha_1^* + \sum_{j=1}^M d_{11,j}^* X_{1,t-j} + a_{1,t}^*$$

其中， $a_{1,t}$  及  $a_{1,t}^*$  為白音誤差項 (white noise error terms)， $\alpha_1$  及  $\alpha_1^*$  為截距項；截距項包含於模型內，係基於  $X_{1,t}$  為非零均數序列 (non-zero mean series) 之假設。式 (1) 為完全模型 (full model)，而式 (2) 為限制模型 (restricted model)，代表所有  $d_{12,j} = 0$ ，(j=1,2...M)，且此限制模型代表  $X_{1,t}$  僅以其本身過去的訊息作為預測基礎。階數 M 在實際上經常任意設定為某個適當階數，或依循某些



階數估計準則(例如 AIC 等),以選擇顯著的遞延階數。本文係根據 AIC(Akaike Information Criterion)及 SC(Schwarz Criterion)之遞延長度(lag length)決定準則<sup>15</sup>,以決定自行迴歸模型的最適遞延階數。基於上述完全及限制模型的 OLS 估計結果,檢定  $X_2$  不影響  $X_1$  的虛無假設,即相當於檢定  $H_0: d_{12,j}=0 (j=1,2,\dots,M)$ ,則可採用一般的 F 檢定,測定  $X_2$  對  $X_1$  無因果性的假設。

利用式(1)及(2),可測定  $X_2 \rightarrow X_1$  的單向因果,同理,上述模型若將原來的  $X_{1,t}$  改為  $X_{2,t}$ ,而原來的  $X_{2,t}$  改為  $X_{1,t}$ ,則可進行  $X_1 \rightarrow X_2$  的單向因果檢定。若檢定結果為  $X_2 \rightarrow X_1$  且  $X_1 \rightarrow X_2$ ,則稱  $X_1$  及  $X_2$  具有雙向因果關係。立即因果的測定模型,則需基於式(1)及下列的式(3),進行 F 檢定。

$$(3) X_{1,t} = \alpha_1^{**} + \sum_{j=1}^M d_{11,j}^{**} X_{1,t-j} + \sum_{j=0}^M d_{12,j}^{**} X_{2,t-j} + a_{1,t}^{**}$$

透過上述實證模型,進行立即性因果、單向因果或雙向因果的檢定結果,將可提供有關市場範圍界定,以及一個市場內價格動態性及市場效率性的充分訊息。此處及以下所稱效率市場(efficient market),係根據 Fama(1970)之效率市場理論予以定義,因此,市場效率性(market efficiency)意指價格“完全地反映”所有可用的訊息<sup>16</sup>。進而,在本文設定之雙元因果測定實證模型下,一個效率市場,是指在該市場內之價格,會因應市場內另一價格的變動,作立即地調整。

統計上顯著的立即因果性,隱含某地區(產品)的價格變動與另一地區(產品)的價格變動,具有當期相關,在此情況下,指出此兩地區(兩產品)屬於相同的市場,進而,此立即因果性所代表同時期價格變動之相關,指出兩地區(產品)所屬的相同市場內,並無訊息落後現象,則可推論該市場為一個效率市場。

統計上顯著的單向因果性指出,某地區(產品)的當期價格會受到另一地區(產品)過去價格的影響,反之不然;則此單向因果

性隱含，某地區（產品）價格變動之訊息，只對單向預測有用，所以兩地區（產品）不屬於相同市場。然而，單向因果測定，可以表現某地區（產品）價格變動，對於另一地區（產品）價格變動的反應之落遲性，則可提供市場界定以外，有關價格決定動態性及市場效率性的額外訊息。

再者，如果某地區（產品）價格變動的訊息，有助於預測另一地區（產品）的價格變動，反之亦然，則稱兩地區（產品）具有雙向因果或回饋關聯，在此情況下兩地區（產品）的價格變動互為影響，且會在短期間內參考對方的價格變動而調整自己的價格，但其調整具有訊息落後；因此，統計上顯著的雙向因果性，隱含兩地區（產品）為組成一個相關市場，但是該市場由於訊息落後性存在，而為無效率市場。

### 三、兩種市場測定法之比較

利用因果性概念進行市場界定之研究，為價格法近十年來發展的另一實證上可行的市場測定法。以其採用因果模型之各異，舉其要者，Uri-Howell-Rifkin(1985) 引申因果性概念，唯其因果推論基於Pierce-Haugh(1977)法；Slade(1986)採Wu(1983)建立之外部性測定因果模型，其中以任意方式設定其自行迴歸模型之落遲階數；Huang(1987)直接採用Granger(1969)之因果性定義，並建立實證模型，稱為Granger因果測定法，即為本文建議之市場測定因果模型，本法採一客觀的統計程序，決定模型內顯著的落遲階數，因此，Granger因果測定法，提供一個在理論上與資料具良好配適性，且統計上符合參數選擇精簡化之實證模型<sup>17</sup>。

若以本文採用之Stigler-Sherwin(1985)價格相關係數法與Granger因果測定法比較，可知Granger因果測定法不但在理論上較令人滿意，而且其實證結果在市場範圍測定上，亦作為輔助價格相關係數法的一項有用的補充。本文建議之兩種市場測定法，均僅依賴價格時間數列資料為分析基礎，故其具有價格法測定之共同缺

點，除此之外，價格相關係數法應用於市場界定，其在理論上仍有下列三個主要的限制：

第一，價格相關係數法只提供價格行為的靜態訊息，且不能測定經濟變數之間的因果關係，而此因果關係為經濟市場界定上之重要訊息，因此，基於市場界定分析之目的，應強調價格序列之間的因果性探討，並取得界定市場範圍之外，有關價格動態性的市場訊息，例如市場決定之動態程序及市場效率性訊息；而本文建議之 Granger 因果測定模型的特色，在於設定經濟變數之間的領先及落遲 (lead and lag) 因果關係，不但作為市場範圍測定法，且以其模型之動態性本質，可進一步探討價格決定之動態過程，以及市場訊息傳遞之效率性。第二，所計算的價格相關係數之水準，究竟多高才足以定義一個相同市場，完全為任意設定。第三，價格相關係數法的測定前提 (testing thesis) ——相關係數愈高，則兩產品（或兩區域）屬於相同市場的可能性愈高——並非測定經濟市場的充分條件，其理由係因負相關係數可能存在。因此，價格相關係數法是基於主觀判斷，任意設定其界定市場之標準，且其測定前提只有在非負相關係數的限制下方為有效。

鑑於上述價格相關係數法理論上之限制，相對地，Granger 因果測定法提供一較為客觀的參數檢定統計程序，進行經濟市場的實證測定，且其模型之動態本質，更進一步提供有關價格動態性、價格決定、以及市場效率性之重要訊息，故為一理論上較令人滿意的市場界定分析法，且其實證結果，亦可作為價格相關係數法靜態分析結果之補充，並提供市場機能之效率訊息<sup>18</sup>。

## 肆、價格相關係數法之實證分析

### 一、資料來源及說明

本文利用價格相關係數法，進行兩種商品市場（石油煉製品及

熱可塑性塑膠)與兩種資金融通市場(銀行業存款市場及民間借貸市場)之市場界定實證分析。商品市場之產品價格,取自經濟部統計處之工業生產統計時間數列資料,資料涵蓋期間為自民國71年1月至民國81年4月之出廠(或銷售)價格月資料<sup>19</sup>;而各種存款及借貸利率資料,取自台灣地區金融統計月報之年利率及月利率時間數列,資料涵蓋期間為自民國70年1月至81年2月<sup>20</sup>。

本節測定石油煉製品(包括汽油、航空燃油、柴油、及燃料油),熱可塑性塑膠(包括聚氯乙烯、中低密度聚乙烯、高密度聚乙烯、聚苯乙烯、聚丙烯、聚乙烯醇、聚丙二醇及ABS樹脂),及銀行業存款市場(包括一個月期、三個月期、六個月期、九個月期、一年期、二年期、三年期之定期存款,及一年期、二年期、三年期之定期儲蓄存款)之相關產品市場,而對於民間借貸市場,則進行其遠期支票借款、信用拆借、及存放廠商<sup>21</sup>之相關產品市場測定,以及各項借貸在三個城市(台北市、高雄市、台中市)之相關地理市場測定。

## 二、實證結果

### (一)石油煉製品之相關產品市場測定

汽油、航空燃油、柴油及燃料油之原始價格序列均呈現高度序列相關(均在0.99以上),經取對數及一階差分後其序列相關已顯著降低,請參考表一A。若採相關係數在0.5以上作為相同市場的界定標準,則由表一B之對數價格一階差分之相關係數顯示,汽油及柴油之相關係數為0.79,應屬相同市場,而其他各石油煉製品則屬於個別不同的市場。

### (二)銀行業存款市場之相關產品市場測定

由表二A可知,代表各種不同期限條件的定期存款(定存)及定期儲蓄存款(定儲)年利率序列,其原始序列均呈現高度序列相關(0.99以上),而取其對數價格之一階差分,序列相關仍在0.5

左右，再取對數價格之二階差分，則序列相關均顯著降低。相關係數測定結果顯示（表二 B），一個月期之定存，與其他九項不同期限之定存及定儲之間的利率變動相關係數，相對略低（在 0.64 ~ 0.86 的範圍），以及三個月期定存與三年期的定存之間，及三個月期定存與三年期定儲之間的利率變動相關係數，分別為 0.881 及 0.876，除此以外，其他定存及定儲之間的利率變動相關係數均在 0.9 以上；若以 0.5 為界定市場標準，則所測定的各種不同期限定存及定儲，均屬相關的產品市場（或說屬於同一存款市場），而其中一個月期定存與其他定存及定儲之利率波動趨勢的關聯，相對略低，或可見極短期存款之需求或供給條件，可能與其他存款較有差異。

表一 A：四種石油煉製品價格之序列相關值

產 品 別	原 始 價 格	對 數 價 格 之 一 階 差 分
汽 油	0.999	0.007
航 空 燃 油	0.996	-0.234
柴 油	0.999	-0.001
燃 料 油	0.995	0.005

註：價格資料由經濟部統計處調查資料計算而得，  
涵蓋民國71年1月至81年4月之價格序列。

表一 B：四種石油煉製品之價格相關係數

產 品 別	原 始 價 格	對 數 價 格 之 一 階 差 分
汽油 - 航空燃油	0.86211**	0.19253*
汽油 - 柴油	0.88789**	0.79266**
汽油 - 燃料油	0.95228**	0.25434**
航空燃油 - 柴油	0.82616**	0.20853*
航空燃油 - 燃料油	0.82681**	0.21325*
柴油 - 燃料油	0.73813**	0.18671*

註：1. 價格資料來源，同表一 A。  
2. \*表示在 5% 顯著水準下棄卻虛無假設。  
\*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。

### (三) 民間借貸市場之地理市場及產品市場測定

本小節測定三種民間借貸（遠期支票借款、信用拆借、及存放廠商），在台北、台中、高雄三個城市的地理及產品市場範圍。所採用之九種民間借貸利率序列，經取對數一階差分後，均已顯著降低其序列相關，參考表三 A，因此，下列均基於對數一階差分之利率變動相關係數值，測定市場範圍。

相關產品市場之測定結果，可由表三 B 之對數利率一階差分之相關係數估計值得知。在台北市，遠期支票貸款利率－信用拆借利率、遠期支票貸款利率－存放廠商利率、及信用拆借利率－存放廠商利率的利率變動相關係數，分別為 0.865、0.661、及 0.586，可見台北市的民間借貸，其遠期支票借款、信用拆借及存放廠商屬於相關產品市場；在台中市，遠期支票利率－信用拆借利率、遠期支票利率－存放廠商利率、以及信用拆借利率－存放廠商利率之利率變動相關係數，分別為 0.367、0.653、及 0.414，顯示台中市民間借貸之三種方式，各有其較特定的貸款對象，故形成相關產品市場的趨勢較弱，但若有環境中之其他證據支持，而選擇利率相關係數為 0.3 作為界定市場標準，則所測定之三種民間借貸亦屬於相同市場；在高雄市，則對應的利率變動相關係數，分別為 0.582、0.570、及 0.529，故三種民間借貸亦屬於相同市場。

相關地理市場之測定結果顯示，信用拆借及存放廠商，在北、中、南各城市之間之利率變動相關係數均很低，且多為不顯著，故具有地理上之區隔，不屬於相同的地理市場；遠期支票借款利率變動之相關係數（台北－台中為 0.245，台中－高雄為 0.187，台北－高雄為 0.334）則較為顯著，但仍為不高，若以 0.5 為市場界定標準，則不足以形成同一地理市場。

表二A：十種銀行存款利率之序列相關值

存款型態	原始利率	對數利率之一階差分	對數利率之二階差分
RMTD (1)	0.998	0.582	-0.080
RMTD (2)	0.998	0.583	-0.091
RMTD (3)	0.998	0.601	-0.057
RMTD 1	0.997	0.399	-0.142
RMTD 3	0.997	0.530	-0.041
RMTD 6	0.998	0.563	-0.042
RMTD 9	0.998	0.573	-0.053
RMTSD (1)	0.998	0.574	-0.080
RMTSD (2)	0.998	0.548	-0.090
RMTSD (3)	0.998	0.548	-0.077

- 註：1. RMTD(1)為一年期定期存款；  
RMTD(2)為二年期定期存款；  
RMTD(3)為三年期定期存款；  
RMTD1為一個月期定期存款；  
RMTD3為三個月期定期存款；  
RMTD6為六個月期定期存款；  
RMTD9為九個月期定期存款；  
RMTSD(1)為一年期定期儲蓄存款。  
RMTSD(2)為二年期定期儲蓄存款。  
RMTSD(3)為三年期定期儲蓄存款。
2. 各項存款利率資料，取自台灣地區金融統計月報，資料期間自民國70年1月至81年2月。

表二B：十種銀行存款利率之相關係數

存款型態	RMTD(1)	RMTD(2)	RMTD(3)	RMTD 1	RMTD 3	RMTD 6	RMTD 9	RMTSD(1)	RMTSD(2)	RMTSD(3)
原	1.000	0.999	0.996	0.964	0.988	0.995	0.998	0.999	0.999	0.999
始		1.000	0.999	0.962	0.983	0.991	0.995	0.999	0.999	0.999
			1.000	0.958	0.978	0.985	0.991	0.996	0.999	0.999
利				1.000	0.988	0.974	0.967	0.965	0.963	0.963
					1.000	0.996	0.992	0.988	0.984	0.985
率						1.000	0.999	0.995	0.991	0.991
							1.000	0.999	0.996	0.996
								1.000	0.999	0.999
									1.000	0.999
										1.000
對	1.000	0.998	0.966	0.685	0.931	0.980	0.993	0.996	0.983	0.952
數		1.000	0.976	0.680	0.924	0.974	0.989	0.998	0.985	0.961
利			1.000	0.648	0.881	0.933	0.951	0.981	0.955	0.959
率				1.000	0.864	0.752	0.693	0.678	0.675	0.644
之					1.000	0.970	0.941	0.922	0.913	0.876
一						1.000	0.988	0.973	0.964	0.927
階							1.000	0.986	0.977	0.943
差								1.000	0.985	0.965
分									1.000	0.986
										1.000

- 註：1. 本表內符號，個別所代表的存款利率類別，與表二A同。  
 2. 本表各欄內之相關係數，均在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。  
 3. 各項存款利率資料來源，同表二A。



表三A：九種民間借貸利率之序列相關值

借貸型態	原始利率	對數利率之一階差分
RMDFIRM (1)	0.995	-0.082
RMDFIRM (2)	0.990	-0.315
RMDFIRM (3)	0.993	0.083
RMPCHE (1)	0.998	0.092
RMPCHE (2)	0.995	-0.151
RMPCHE (3)	0.996	0.179
RMUNLOAN (1)	0.997	-0.077
RMUNLOAN (2)	0.995	-0.465
RMUNLOAN (3)	0.996	0.044

- 註：1. RMDFIRM(1)：高雄市之存放廠商利率  
 RMDFIRM(2)：台中市之存放廠商利率  
 RMDFIRM(3)：台北市之存放廠商利率  
 RMPCHE(1)：高雄市之遠期支票借款利率  
 RMPCHE(2)：台中市之遠期支票借款利率  
 RMPCHE(3)：台北市之遠期支票借款利率  
 RMUNLOAN(1)：高雄市之信用拆借利率  
 RMUNLOAN(2)：台中市之信用拆借利率  
 RMUNLOAN(3)：台北市之信用拆借利率  
 2. 各項借貸利率資料，取自台灣地區金融統計月報，資料期間自民國70年1月至81年2月。

總結而言，民間借貸之遠期支票借款、信用拆借、及存放廠商借貸，在台北市及高雄市均屬於相同產品市場，在台中市則在相關係數標準為0.3時，亦可得相同產品市場之結論；而各項民間借貸在北、中、南則為不同之個別地理市場。

表三B：九種民間借貸利率之相關係數

借貸型態	RMDFIRM(1)	RMDFIRM(2)	RMDFIRM(3)	RMPCHE(1)	RMPCHE(2)	RMPCHE(3)	RMUNLOAN(1)	RMUNLOAN(2)	RMUNLOAN(3)
原始	1.000	0.634**	0.703**	0.928**	0.645**	0.625**	0.892**	0.573**	0.609**
利		1.000	0.898**	0.657**	0.970**	0.928**	0.765**	0.960**	0.938**
益			1.000	0.796**	0.917**	0.975**	0.869**	0.864**	0.968**
序				1.000	0.688**	0.704**	0.974**	0.597**	0.692**
列					1.000	0.942**	0.795**	0.959**	0.953**
						1.000**	0.801**	0.908**	0.996**
							1.000**	0.710**	0.793**
								1.000**	0.921**
									1.000
對	1.000	-0.029	0.141	0.570**	0.141	0.175*	0.529**	-0.053	0.108
數		1.000	0.109	0.024	0.653**	0.175*	0.037	0.414**	0.161
率			1.000	0.281**	0.203*	0.661**	0.338**	0.053	0.586**
之				1.000	0.187*	0.334**	0.682**	-0.004	0.292**
一					1.000	0.245**	0.148	0.367**	0.206**
階						1.000	0.241**	0.036	0.865**
差							1.000	0.081	0.157
分								1.000	0.031
									1.000

註：1. 本表符號所代表之借貸利率類別，與表二A同。

2. \*表示在 5% 顯著水準下棄卻虛無假設，

\*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。

3. 各項借貸利率資料來源，同表三A。

## (四) 熱可塑性塑膠之產品市場測定

由表四 A 可知，八種熱可塑性塑膠之原始價格，均有 0.99 以上之高度序列相關，而經取對數及一階差分後之序列相關，已顯著降低，則其對數價格一階差分之相關係數測定結果，由表四 B 顯示（在 0.5 標準下）：高密度聚乙烯—中低密度聚乙烯、中低密度聚乙烯—聚氯乙烯、以及高密度聚乙烯—聚氯乙烯之相關係數，分別為 0.755、0.618、及 0.483，而可推論高密度聚乙烯、中低密度聚乙烯、及聚氯乙烯為屬於相同產品市場；聚苯乙烯與 ABS 樹脂之價格變動之關聯亦高，相關係數為 0.601，故兩者亦屬於同一產品市場。

表四 A：八種熱可塑性塑膠價格之序列相關值

產 品 別	原始價格	對數價格之一階差分
聚 氯 乙 烯	0.998	0.286
中低密度聚乙烯	0.999	0.439
高密度聚乙烯	0.999	0.437
聚 苯 乙 烯	0.998	-0.032
聚 丙 烯	0.998	-0.392
聚 乙 烯 醇	0.999	-0.313
聚 丙 二 醇	0.998	-0.132
ABS 樹 脂	0.998	0.126

註：價格資料來源，同表一 A，所使用之資料期間，自民國 75 年 1 月至 81 年 4 月。

表四 B：八種熱可塑性塑膠之價格相關係數

原 始 價 格 序 列	產 品 別	聚 氨 乙 烯	中 低 密 度 聚 乙 烯	高 密 度 聚 乙 烯	聚 苯 乙 烯	聚 丙 烯	聚 乙 烯 醇	聚 丙 二 醇	ABS 樹 脂
	聚 氨 乙 烯	1.000*	0.764**	0.739**	0.807**	0.893**	0.763**	0.325**	0.913**
	中 低 密 度 聚 乙 烯		1.000-	0.962**	0.674**	0.237**	0.494**	0.099	0.617**
	高 密 度 聚 乙 烯			1.000	0.685**	0.733**	0.502**	0.154	0.609**
	聚 苯 乙 烯				1.000	0.890**	0.440**	0.096	0.886**
	聚 丙 烯					1.000	0.604**	0.286*	0.877**
	聚 乙 烯 醇						1.000	0.576**	0.698**
	聚 丙 二 醇							1.000**	0.335**
	ABS 樹 脂								1.000
對 數	聚 氨 乙 烯	1.000	0.618**	0.483**	0.281*	0.172	0.182	0.124	0.361**
價 格 之 一 階 差 分	中 低 密 度 聚 乙 烯		1.000	0.755**	0.239*	0.269*	0.030	0.112	0.311**
	高 密 度 聚 乙 烯			1.000	0.357**	0.367**	0.141	0.007	0.256*
	聚 苯 乙 烯				1.000	0.214	0.186	0.124	0.601
	聚 丙 烯					1.000	-0.209	0.048	0.182
	聚 乙 烯 醇						1.000	0.011	0.139
	聚 丙 二 醇							1.000	0.116
	ABS 樹 脂								1.000

註：1.價格資料來源，同表四A。

2.\*表示在 5% 顯著水準下棄卻虛無假設。

\*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。

## 伍、Granger 因果測定法之實證分析

### 一、資料來源及說明

本節之實證研究，基於與價格相關係數法相同之資料基礎，進行 Granger 因果測定法之市場界定。唯囿於時間限制，本節僅利用部分資料作選擇性的市場測定。換句話說，本節採用 Granger 因果測定法，界定石油煉製品（包括汽油、航空燃油、柴油、燃料油），銀行存款（包括一年期定存、二年期定存、及三年期定存），以及熱可塑性塑膠（包括聚氯乙烯、中低密度聚乙烯、與高密度聚乙烯，以及聚苯乙烯與 ABS 樹脂）之相關產品市場，民間借貸方面則選取台北市為例，測定民間三種借貸方式（遠期支票借款、信用拆借、及存放廠商）之相關產品市場；而地理市場之因果性測定，則選取兩種民間借貸（遠期支票借款及信用拆借），分別測定其在北中南是否屬於地方性市場，或為全國性市場。

本節實證所需之各項價格及利率時間數列資料來源，已如上節之敘述。對測試的每一例子中的價格或利率序列，本節採用 Augmented Dickey-Fuller(ADF) 法，進行單根檢定 (unit root tests)，此步驟測試的結果顯示，在銀行存款之例子，其原利率序列取其對數之二階差分後，均為定態 (stationary)，其他所有例子中原來的價格及利率序列，取其對數之一階差分，均為定態序列<sup>22</sup>，因此，除了銀行存款利率序列取為對數之二階差分形式之外，其他所有序列均予以轉換為對數之一階差分形式。然後，利用 AIC 及 SC 準則，選擇自行迴歸模型最適當的落遲階數，進而，應用普通最小平方法，估計變數的因果關聯，並利用 F 統計量，檢定無因果性（或不同市場）的虛無假設。

本實證測定包括單向及雙向因果測定，以及立即性因果測定，而由於所測試之資料與價格相關係數法之資料相同，兩種市場測定法之實證結果，可作為兩者在實際應用上優劣之比較基礎。

## 二、實證結果

### (一)石油煉製品之產品市場測定

根據表五之立即性因果檢定結果，可知在選擇的模型最適落遲階數下，所有四項石油煉製品——汽油、航空燃油、柴油、及燃料油之間的立即因果，均在 5% 顯著水準下顯著（其中汽油—柴油、汽油—燃料油及航空燃油—柴油在 1% 亦顯著），指出該四項產品屬於相關的產品市場。然而，由單向因果檢定之結果來看，可知在 5% 顯著水準下，柴油價格之決定，受到汽油前三期價格之顯著影響，航空燃油價格則受柴油前期價格之顯著影響，以及柴油價格亦決定於燃料油之上期價格，除此之外，其他單向因果均為不顯著。由於此單向因果性存在於部分產品之間，而顯示價格決定程序中訊息落後之現象，因此，汽油、航空燃油、柴油、及燃料油屬於相同產品市場，唯該市場為無效率市場。在此例下，對於相關產品市場之界定結果，價格相關係數法與 Granger 因果測定法之結論並不一致。價格相關係數法在採用 0.5 作為界定市場之標準下，推論只有汽油及柴油屬於相同市場，其他各石油煉製品則屬於個別不同的市場；而 Granger 因果測定法則基於既定之顯著水準 (5%)，作成各項產品之間的價格變動，存在顯著的立即性反應而屬於相同市場之推論。我們認為，Granger 因果測定法係基於統計上較客觀的檢定程序，進行市場範圍界定，其結果應較相關係數法測定之結果值得信賴<sup>23</sup>。

### (二)銀行存款的產品市場測定

由表六之測定結果顯示，三種銀行存款之間具有高度顯著的立即因果性，表示三者屬於相同的存款市場，唯三者之間的單向因果檢定結果指出，三種存款之間亦存在極為顯著的雙向因果關係，此雙向因果關聯，隱含一年期定存、二年期定存、及三年期定存三種存款的利率，具有共同決定的本質。由於利率變動的訊息，有顯著的一期落後，因而此三種存款雖屬於相關存款市場，但是該市場並

表五：石油煉製品之產品市場：因果測定法結果

單 向 因 果		立 即 因 果	
變 數 方 向	落 遲 階 數	變 數 關 係	落 遲 階 數
	F 值		F 值
汽 油 ← 航空燃油	1	汽 油 : 航空燃油	1
汽 油 → 航空燃油	1		5.038*
汽 油 ← 柴 油	3	汽 油 : 柴 油	3
汽 油 → 柴 油	3		185.984**
汽 油 ← 燃料油	1	汽 油 : 燃料油	1
汽 油 → 燃料油	1		8.360**
航空燃油 ← 柴 油	1	航空燃油 : 柴 油	1
航空燃油 → 柴 油	1		7.033**
航空燃油 ← 燃料油	1	航空燃油 : 燃料油	1
航空燃油 → 燃料油	1		6.137*
柴 油 ← 燃料油	1	柴 油 : 燃料油	1
柴 油 → 燃料油	1		4.353*

註：1.價格資料來源，同表A。

2. \*表示在 5% 顯著水準下棄卻虛無假設

\*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設

表六：銀行存款之產品市場：因果測定法結果

單 向 因 果		立 即 因 果	
變 數 方 向	落 遲 階 數	變 數 關 係	落 遲 階 數
	F 值		F 值
一年期定存←二年期定存	1 18.357**	一年期定存：二年期定存	1 63511.0**
一年期定存→二年期定存	1 19.769**		
一年期定存←三年期定存	1 48.432**	一年期定存：三年期定存	1 2248.7**
一年期定存→三年期定存	1 78.909**		
二年期定存←三年期定存	1 55.576**	二年期定存：三年期定存	1 3081.8**
二年期定存→三年期定存	1 84.574**		

註：1.存款利率資料來源，同表二A。

2.\*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。



非效率性市場。此因果測定結果，在相關市場範圍界定方面之結論，與價格相關係數法一致，而其額外提供有關利率決定機能的訊息，則進一步輔助市場效率性之探討。

### (三)熱可塑性塑膠之產品市場測定

本小節測定兩群產品的相關市場，一為高密度聚乙烯、中低密度聚乙烯及聚氯乙烯的相關產品市場，另一為聚苯乙烯及 ABS 樹脂是否屬於相同產品市場。此兩群產品市場之測定，在價格相關係數法依 0.5 的市場界定標準下，均視為相關市場。首先，說明聚氯乙烯、中低密度聚乙烯及高密度聚乙烯之因果性市場測定，其結果如表七所示：聚氯乙烯與高密度聚乙烯、中低密度聚乙烯與高密度聚乙烯均有極顯著的雙向因果關係，而聚氯乙烯與中低密度聚乙烯之間只有由中低密度聚乙烯對聚氯乙烯的單向因果為顯著；而三者之間立即性因果的檢定，則均在 1% 顯著水準下，棄卻無立即因果性（或不同市場）的虛無假設，顯示三者屬於相關的產品市場，此結果與價格相關係數測定結果一致；進一步說，立即因果顯著，指出三項產品應屬於相同市場，唯雙向因果顯著（聚氯乙烯與中低密度聚乙烯之間除外）亦指出價格決定之互為因果性，以及價格變動訊息傳遞之落後現象，因此，三者屬於相同產品市場，但是該市場為無效率市場。表七亦指出，聚苯乙烯與 ABS 樹脂具有極顯著（在顯著水準  $\alpha = 1\%$  顯著）的立即因果而屬於相同市場，唯其單向因果亦為顯著而為無效率市場。

### (四)民間借貸市場之產品市場及地理市場測定

產品市場界定以台北市為例，測定遠期支票借款、信用拆借、與存放廠商三種借貸形式，是否屬於同一借貸市場，其結果由表八可見，其立即因果均在  $\alpha = 1\%$  顯著，因此，三種借貸在台北市屬於相同的借貸市場；而因果測定法所提供有關價格動態性，以及市場效率性的額外訊息，則可由單向因果之測定結果顯示：除了存放廠

表七：熱可塑性塑膠之產品市場：因果測定法結果

單 向 因 果			立 即 因 果			
變 數	方 向	落 遲 階 數	F 值	變 數 關 係	落 遲 階 數	F 值
聚氧乙烯	← 中低密度聚乙烯	1	8.564**	聚氧乙烯：中低密度聚乙烯	1	29.022**
聚氧乙烯	→ 中低密度聚乙烯	1	2.777			
聚氧乙烯	← 高密度聚乙烯	1	7.097**	聚氧乙烯：高密度聚乙烯	1	110.97**
聚氧乙烯	→ 高密度聚乙烯	1	6.775*			
中低密度聚乙烯	← 高密度聚乙烯	1	4.775*	中低密度聚乙烯：高密度聚乙烯	1	66.223**
中低密度聚乙烯	→ 高密度聚乙烯	1	7.865**			
聚苯乙烯	← ABS 樹脂	4	0.424	聚苯乙烯：ABS 樹脂	4	24.701**
聚苯乙烯	→ ABS 樹脂	4	4.928*			

註：1. 產品價格資料來源，同表四A。

2. \*表示在 5% 顯著水準下棄卻虛無假設

3. \*\*表示在 1% 顯著水準下棄卻虛無假設

表八：民間借貸之產品市場因果測定結果：以台北為例

單向因果			立即因果		
變數方向	落遲階數	F值	變數關係	落遲階數	F值
存放廠商→遠期支票借款	1	0.538	存放廠商：遠期支票借款	1	103.57**
存放廠商←遠期支票借款	1	13.778**			
存放廠商→信用拆借	1	4.326*	存放廠商：信用拆借	1	83.86**
存放廠商←信用拆借	1	9.492**			
遠期支票借款→信用拆借	1	4.122*			
遠期支票借款←信用拆借	1	0.165	遠期支票借款：信用拆借	1	426.53**

註：1. 借貸利率資料來源，同表三A。

2. \*表示 5% 顯著水準下棄卻虛無假設。

\*\*表示 1% 顯著水準下棄卻虛無假設。

表九：民間借貸之地理市場因果測定結果：以遠期支票借款及借用拆借為例

單向因果		立即因果	
變數方向	落選階數	變數關係	落選階數
	F值		F值
遠期支票借款：			
高雄←台中	1	高雄：台中	1
	1.212		5.67*
高雄→台中	1		
	2.448		
高雄←台北	1	高雄：台北	1
	4.390*		13.32**
高雄→台北	1		
	0.580		
台中←台北	1	台中：台北	1
	1.577		12.15**
台中→台北	1		
	6.405*		
信用拆借：			
高雄←台中	1	高雄：台中	1
	2.509		0.001
高雄→台中	1		
	1.153		
高雄←台北	1	高雄：台北	1
	3.206		4.285*
高雄→台北	1		
	5.636*		
台中←台北	1	台中：台北	1
	2.759		2.219
台中→台北	1		
	4.224*		

註：1. 借貸利率資料來源，同表三A。

2. \*表示5%顯著水準下棄卻虛無假設。

\*\*表示1%顯著水準下棄卻虛無假設。

商與信用拆借為雙向因果顯著，指出兩者利率會在短期內共同決定以外，其他因果關聯則只有單向因果顯著，故無利率共同決定性，且該市場為具有訊息落後之無效率市場。此測定結果之市場範圍界定部分，亦與相關係數法測定結果一致。

地理市場測定結果列於表九，其結果指出，遠期支票借款在台北、台中、高雄屬於同一地理市場（換句話說，為全國性市場），因其立即性因果均為顯著，而其在高雄—台北，以及台中—台北之遠期支票借款利率之間，存在顯著的落後一期之單向因果，故該市場為無效率市場。此測定結果與相關係數法基於 0.5 界定標準之測定結果相左，而若採相關係數 0.2 作為界定市場標準，則亦可得相同市場之推論，由此可見相關係數法市場界定標準設定之任意性，很難客觀地界定一個適當的市場範圍。

信用拆借貸款之地理市場測定，其結果指出，只有在高雄及台北之間，顯示其利率變動具有立即因果而屬於相同市場，而信用拆借在高雄與台中，及台中與台北之間，均為個別之不同市場，此結果或隱含，民間信用拆借金融在台北與高雄之間的活動，相對較為頻繁，而高雄→台北及台中→台北，具有顯著的單向因果，顯示信用拆借在高雄及台中的利率變動，會單向地影響台北的信用拆借利率，而其影響具有一期落後。此測定結果雖與相關係數測定結論不同，然而觀察其相關係數測定結果，實際上亦顯示，信用拆借利率在台北與高雄之間的相關係數 (0.157)，較台北—台中 (0.031) 及台中—高雄 (-0.081) 之間者為高，只是該相關係數必須在設定市場界定標準為 0.1 時，才能得到相同市場的推論。

## 陸、結論

本文基於反托拉斯分析之目的，進行市場範圍界定之理論與市場測定法之探討，而提出利用價格相關係數法及 Granger 因果測定

法，進行台灣兩類商品市場及兩類資金融通市場之市場範圍界定實證分析。價格相關係數法為一方法簡易，資料需求性適中，且適用性廣泛的市場測定法，在相關係數 0.5 的市場界定標準下，本文獲致如下之主要實證結果：(1) 汽油及柴油屬於相同產品市場，而其他石油煉製品彼此之間，則分屬不同之市場；(2) 銀行業各種不同期限的定存（一個月期、三個月期、六個月期、九個月期、一年期，二年期及三年期）及定儲（一年期、二年期、三年期），均屬於相關的產品市場，或說相同的銀行業存款市場；(3) 在台北市及高雄市，三種民間借貸屬於同一借貸市場，而在台中市，三種民間借貸只有在相關係數為 0.3 的市場界定標準下，才能推論其屬於同一借貸市場；而以個別民間借貸來看，遠期支票借款、信用拆借、及存放廠商在台北、台中、高雄，均屬於不同之個別地理市場，唯遠期支票借款在台北及高雄之間，若採用相關係數 0.3 作為市場界定標準，將可視為同一地理市場；(4) 高密度聚乙烯、中低密度聚乙烯、及聚氯乙烯，屬於相同產品市場，且聚苯乙烯及 ABS 樹脂亦屬於相同市場。

Granger 因果測定法之實證結果顯示：(1) 汽油、航空燃油、柴油及燃料油屬於相同產品市場，唯其市場缺乏價格訊息傳遞之效率性；(2) 一年期定存、二年期定存、及三年期定存屬於相同的存款市場，且其利率具有共同決定的本質，唯該市場仍因訊息傳遞有時間的落後，而為無效率市場；(3) 高密度聚乙烯—中低密度聚乙烯—聚氯乙烯，以及聚苯乙烯—ABS 樹脂，屬於相同產品市場，唯其市場為無效率市場；(4) 台北市三種民間借貸屬於相同借貸市場，唯單向或雙向因果顯著，亦隱含一無效率市場；而遠期支票借款在台北、台中、高雄之地理市場測定結果，顯示遠期支票借款為涵蓋北中南之一個全國性地理市場，唯該市場缺乏效率性；信用拆借之地理市場測定結果則指出，高雄及台北為信用拆借的同一地理市場，但為無效率市場。

綜合兩種市場測定法之實證結果可見，其對市場界定之結論大

部分為一致，而結論不一致的情況，多出現在價格相關係數估計值低於 0.5 之例子，此時在價格相關係數法之下，相關係數值究竟應設在那一水準，才能適當界定一個相關市場，在主觀上較難作成判斷，且其任意性更高而易導致測定結果較大的偏異；若採 Granger 因果測定法，則其基於較客觀的統計檢定程序，在既定之顯著水準下，界定適當的市場範圍，故其測定法之理論基礎較為有力，優於價格相關係數法，進而，Granger 因果測定模型之動態本質，亦提供有關所測定之市場價格決定及市場效率性之額外訊息。因此，在反托拉斯目的下進行市場測定，Granger 因果測定法相對於價格相關係數法，為一理論上較令人滿意的市場界定分析法，且其實證結果亦可作為相關係數法靜態分析結果之有用的補充。

鑑於市場範圍界定在公平法執行獨占及結合條款時，所扮演的極具關鍵性角色，本文選取若干可能涉及獨占結構之市場，如石油煉製品、熱可塑性塑膠（石化產品），進行其產品市場範圍界定，本文之實證結果，或可提供日後調整該類產業市場範圍之參考。進而，透過本文理論模型之實證分析結果，通常尚須綜合環境中之各項事實證據，取得支持性資料，則其分析結果將足以作為一項有力的決策依據。另外，本文亦應用所建議之兩種市場測定法，進行資金融通（或存貸）市場之產品市場及地理市場測定，以印證其方法上之適用性。進而，若資料可得，則所建議之市場測定法，亦可嘗試應用於勞動市場之市場界定分析。綜合而言，由於市場定義之多重層面及複雜性，並無任一市場定義或市場測定法，可以適用於各種不同應用之所需，因此，如何延伸市場範圍界定課題進一步的理論發展，並在實務上提供其他實證上可行，且理論上較能切合反托拉斯分析目的之市場測定法，仍為未來應繼續努力之目標。

## 註 釋

- 1 參考 *Brown Shoe Co. V. United States*, 370 U.S. 294,325 (1962)。
- 2 請參考 Martin (1988 : 252-260) 之說明。簡要而言，無論從法官或經濟學家的立場，均很少僅依賴價格需求彈性（本身及交叉彈性）的估算數值，據以界定市場範圍，而為傾向於依據一些實際指標來判斷市場範圍。
- 3 在一既定地理範圍內，當兩種產品具有生產或消費上的高度替代，則屬於相關產品市場 (the relevant product market)；而對某項同質產品，若其在兩區域的供給或需求具有高度替代，則此兩區域為該項產品之相關地理市場 (the relevant geographic market)。市場定義中時間層面之考量，目的在於設定進行相關產品或地理市場界定的一個時期 (time period)，而此定義一個市場的相關時期 (the relevant time period) 之決定，不能太短而只包含現有廠商（公司）於市場內，亦不能太長而允許技術、需求及嗜好產生顯著的改變。請參考 Koch (1980 : 12-14)。
- 4 此定義之原文，取自 Marshall(1961:325)。
- 5 1984 年合併準則之後，另有 1987 年全國律師團的水平合併準則 (*Horizontal Merger Guidelines of the National Association of Attorneys General*)，以及由美國司法部及聯邦貿易委員會共同發布之 1992 年水平合併準則 (*Horizontal Merger Guidelines of U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission, 1992*)，前者與本文討論的市場界定課題的重點不同，而後者有關市場定義一般標準之設定，則與 1984 年之合併準則類似。
- 6 此定義之原文，請參考 *U.S. Department of Justice Merger*



Guidelines (1984:S-1)。

- 7 此一般性之市場定義，請參考 Blair and Kaserman(1985)，Boyer(1984)，Elzinga(1981)，Klein (1985)，Ordover and Wall(1989)，Scheffman and Spiller (1987)，Schmalensee and Willig(1989)，Tirole(1988)，*U.S. Department of Justice Merger Guidelines*(1984) 等，換句話說，無論基於經濟市場或反托拉斯市場概念，一個市場之定義，均須同時顧及實際及潛在買賣雙方之認知及行動。
- 8 單獨依賴價格資料進行市場界定之不適當性，請參考 Steiner (1968 : 557)，Elzinga(1981) 等；而單獨依賴運量資料測定市場範圍之不適當性，請參考 Werden(1981)。
- 9 鑑於林大侯等（民國 82 年）之研究，須配合公平會執行「獨占公告」業務之時效，其利用「價格相關係數法」測定市場範圍的結果，並未在現階段市場界定程序中，提供判斷市場範圍的參考。因為該研究內容的著重點不同，因此該研究並未對其所採用之市場測定法，說明其理論背景。
- 10 Schrank and Roy (1991) 文中對各種市場測定法的檢討，其結果亦強調此同一觀點。
- 11 在時間及資料的限制下，本文初步選取兩種商品市場以及兩種資金融通市場為例，利用價格相關係數法及 Granger 因果測定法，進行相關產品市場與相關地理市場之界定，而兩種方法論適用於各種不同類別市場之市場範圍界定的廣度，有待更多實證例子之驗證。
- 12 此式為價格一階差分之隨機漫步型態 (random walks in the first differences of prices)，請參考 Stigler and Sherwin(1985) 之附錄，或一般之計量經濟學教科書，如 Greene(1993) 或 Box and Jenkins(1976)。

- 13 Kimmel(1987) 基於反托拉斯分析之目的，指出利用價格相關係數作為市場界定指標之七項不適當性；其中，Kimmel 提出即使價格相關係數很低或為負值，該兩產品（或兩區域）仍可能為同一市場。因此，基於採用 Stigler and Sherwin(1985) 之測定前提：「當價格相關係數愈高，則屬於相同市場之可能性愈高」，本文將限於討論  $0 < \rho < 1$  之情況，而排除  $-1 < \rho < 0$  之情況的討論。
- 14 本文之 Granger 因果測定法，係採用雙元情況建立因果模型，因為在 Granger 因果性定義下，其檢定因果方向的實證程序，乃以雙元情況之討論為限，並在包含兩變數的訊息集合下，進行下一期的預測，請參考 Newbold(1981)；且其雙元模型一般化到多元的情況 (multivariate case)，其概念上可相當直接地推展而得，請參考 Skoog(1977) 或 Griffiths et al. (1993:692-693)。另外，本文另一市場測定法（價格相關係數法），其結果亦基於衡量一對變數 (a pair of variables) 之關係而得，則 Granger 因果測定法採雙元模型，其結果易於與價格相關係數法之結果作一比較。
- 15 本研究因果模型最適遞延階數的決定，係選取 AIC 達到最小或 SC 達到最小時的遞延階數；若兩種準則所選擇的最適階數相同，則該模型的遞延階數即被決定；若由 AIC 及 SC 所選擇的最適階數不同時，則由比較兩者結果在統計上之顯著性而定，相關之程序請參考 Judge et al.(1988:723-729)。
- 16 Fama(1970) 提出基於不同訊息集合的三種效率性測定 (efficiency tests)：強式測定 (strong form test)、半強式測定 (semi-strong form test) 及弱式測定 (weak form test)。本文之因果測定模型，係基於弱式測定，亦即其訊息集合只包含歷史性價格 (historical prices) 的訊息，而進一步推論有關價格決定之動態性及市場效率性。

- 17 文獻上，利用 Granger 因果法進行市場界定分析之研究，包括 Bessler and Brandt (1982), Howell (1984), Klein et al. (1985), Slade (1986), Uri and Rifkin (1985), Uri, Howell and Rifkin (1985), Cartwright, Kamerschen and Huang(1989), Huang(1987), Benson and Faminow(1990) 等，均建議 Granger 因果法為一適當的市場測定工具。
- 18 在經濟市場界定分析上，Granger 因果測定法較之 Stigler and Sherwin (1985) 價格相關係數法，具有探討價格調整之動態性分析本質，以及其統計顯著性檢定程序較具客觀性的優點，此相同見解亦請參考 Cartwright, Kamerschen and Huang (1989), 以及 Benson and Faminow (1990) 等。
- 19 本文測定之商品市場，選擇以石油煉製品以及熱可塑性塑膠為例，其理由係因該兩種產業中之某些產品，在本研究進行中，屬於涉及獨占結構之市場，如汽油、柴油、聚乙烯等，則其生產廠商將可能被公告為獨占事業，故本研究利用取得之資料，對其進行市場測定實證分析，希望基於經濟理論，提供調整市場範圍界定之數值指標或依據。再者，該兩產業各項產品之價格時間數列資料之取得，係利用經濟部統計處調查的產品銷售量值資料，以銷售值除以銷售量求算而得，因此，經此程序取得之價格時間數列資料，可避免油品訂價受到政府政策左右的影響。
- 20 本文選擇兩類資金融通市場為例，旨在測試本文所建議之兩種市場測定法之適用性。對於銀行業各類存款之相關產品市場之測定，由於其存款利率在 70 年代以前，受到政府管制的影響較大，則其測定結果應用於決策參考時，應持較審慎及保留之態度，或應進一步由事實環境中，搜集相關的證據或資料綜合分析。實際上，各銀行仍會基於其局部因素 (Stigler and Sherwin(1985 : 573) 亦提及此可能存在之局部因素)，對不同期限存款項目，採取不同的存款政策，例如：選擇某特定存款類別，給予較優惠之

- 利率，則各類不同期限存款之利率，仍可包含部分（雖非完全）的競爭因素。至於民間借貸之相關產品及地理市場之測定，其利率時間數列資料，則不受政策因素之限制。
- 21 根據台灣地區金融統計月報之註解，此三項民間借貸利率係直接向第一、華南、及彰化三家商銀，就台北市 150 家、高雄市 45 家、及台中市 18 家廠商，以查詢方式所取得的資料。所謂存放廠商 (deposit with firms) 利率，係指公司的員工存款利率。
  - 22 本文進行單根檢定之程序，參考 Greene(1993:563-566)。檢定結果數量較大而不列於文中，有興趣者可向作者索取。
  - 23 因果測定法市場界定結果之推論，係基於客觀的統計檢定程序，在既定顯著水準 ( $\alpha$ ) 下，測試價格變數因果關聯之顯著性，而此既定顯著水準，在統計上客觀地代表承認或棄卻虛無假設的寬嚴標準，一般而言，採用  $\alpha = 5\%$  即較之採用  $\alpha = 1\%$  為較寬，而較之採用  $\alpha = 10\%$  則為較嚴的市場測定標準，所謂較寬的標準，即意謂較易認定兩區域（或兩產品）屬於相同市場，而界定較大的市場範圍。相對地，價格相關係數法市場界定標準之設定，則具有相當任意性，究竟相關係數應多高，才足以界定一個相關市場，幾乎無客觀判斷標準，而不同界定標準之設定，往往產生不同的測定結果，在此觀點下，因果測定法利用客觀的統計檢定測定市場範圍，為提供一理論上較令人滿意的分析工具，而其推論結果亦較可信賴。

## 參考資料

李延禧

1993 「獨占事業公告作業檢討報告」，公平交易季刊 1(1):27-68。

林大侯、周佩萱、黃玄騰

1993 「市場範圍界定暨獨占行為態樣之探討」，台灣經濟研究

院。

周添城

- 1991 「開放經濟的產業集中度」，**台灣產業組織論**，二十一世紀基金會。

黃美瑛

- 1993 「市場界定及測定方法評估：反托拉斯執行關鍵之探究」，**公平交易季刊** 1(1):1-25。

廖義男

- 1985 「防止獨占之濫用並監督企業之結合——評述公平交易法草案中有關獨占及企業結合之規定」，**產業政策研討會論文集**，頁 29-46，中國經濟學會。

廖義男、林永頌

- 1985 「我國獨占、聯合行爲、不公平競爭之實證研究」，行政院經濟革新委員會報告書（產業組研究報告），頁 136-156。

劉邦典、謝美玲、吳美瑛

- 1993 「服務業市場範圍之界定與獨占事業之認定」，**台灣經濟研究院**。

顏吉利

- 1985 「評論「防止獨占之濫用並監督企業之結合——評述公平交易法草案中有關獨占及企業結合之規定」」，**產業政策研討會論文集**，頁 49-55，中國經濟學會。

顏吉利

- 1988 「公平交易法草案概觀」，收錄於薛琦（主編）：**產業經濟學——理論與實務**，頁 61-80，正中書局。

Benson, Bruce L. and Merle D. Faminow

- 1990 "Geographic Price Interdependence and the Extent of Economic Markets", *Economic Geography* 66:47-66.

- Bessler, David A. and Jon A. Brandt  
1982 "Causality Tests in Livestock Markets", *American Journal of Agricultural Economics* 64:140-144.
- Blair, Roger D. and David L. Kaserman  
1985 *Antitrust Economics*. Richard D. Irwin Inc.
- Box, G. E. P. and G. M. Jenkins  
1976 *Time-Series Analysis: Forecasting and Control*. Revised Edition (Holden Day, San Francisco).
- Boyer, Kenneth D.  
1984 "Is There a Principle for Defining Industries?", *Southern Economic Journal* 50 :761-770.  
1962 *Brown Shoe Co. V. United States*, 370 U.S. 294, 325.
- Cartwright, Phillip A., David R. Kamerschen, and Mei-Ying Huang  
1989 "Price Correlation and Granger Causality Tests for Market Definition," *Review of Industrial Organization* 4(2):79-98.
- Cournot, Antrire Augustin  
1897 *Research into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth*. New York: Macmillan.
- Elzinga, Kenneth G.  
1981 "Defining Geographic Market Boundaries," *Antitrust Bulletin* 26:739-752.
- Elzinga, Kenneth G. and Thomas F. Hogarty  
1973 "The Problem of Geographic Market Delineation in Antimerger Suits," *Antitrust Bulletin* 18:45-81.
- Fama, Eugene F.  
1970 "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work", *The Journal of Finance* 25(2):383-417.

Granger, C. W. J.

- 1969 "Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods," *Econometrica* 37(3): 45-81.

Greene, William H.

- 1993 *Econometric Analysis*, second edition, Macmillan Publishing Co.

Griffiths, William E., R. Carter Hill, and George G. Judge

- 1993 *Learning and Practicing Econometrics*, John Wiley & Sons, Inc.

Horowitz, Ira

- 1981 "Market Definition in Antitrust Analysis: A Regression-Based Approach," *Southern Economic Journal* 48(1): 1-16.

Howell, John

- 1984 "A Comment on Horowitz's Market Definition in Antitrust Analysis: A Regression-Based Approach," *Journal of Reprints for Antitrust Law and Economics* 14:1163-1170.

Huang, Mei-Ying

- 1987 "The Delineation of Economic Markets," Ph.D. Dissertation. Athens, Georgia:University of Georgia.

Judge, George G., R. Carter Hill, William E. Griffiths, Helmut Lutkepohl, and Tsoung-Chao Lee

- 1988 *Introduction to the Theory and Practice of Econometrics*, Second edition, John Wiley & Sons, Inc.

Kimmel, Sheldon

- 1987 "Price Correlation and Market Definition," *Economic Analysis Group*, Discussing paper.

Klein, Chris, Edward J. Rifkin, and Noel D. Uri

- 1985 "A Note on Defining Geographic Markets", *Regional Science and Urban Economics* 15:109-119.
- Klein, Christopher C.  
1985 "Is There A Principle for Defining Industries? Comment", *Southern Economic Journal* 52:537-541.
- Koch, James V.  
1980 *Industrial Organization and Prices*, Second edition. New Jersey :Prentice-Hall, Inc.
- Kohler, Johannes  
1988 "Residual Demand Analysis of the RTE Cereal Market," M.A. Thesis. Athens, Georgia:University of Georgia.
- Martin, S.  
1988 *Industrial Economics: Economic Analysis and Public Policy*, New York: Macmillan Co.
- Marshall, Alfred  
1961 *Principles of Economics*, Ninth (Variorum) Edition. New York : Macmillan Company.
- Newbold, Paul  
1981 *Causality Testing in Economics*, Bureau of Economic and Business Research, Faculty Working Paper No.771.
- Ordovery, Januz A. and Daniel M. Wall  
1989 "Understanding Econometric Methods of Market Definition," *Antitrust* 20-25.
- Pierce, David A. and Larry D. Haugh  
1977 "Causality in Temporal Systems: Characterizations and A Survey," *Journal of Econometrics* 5:265-293.
- Scheffman, David T. and Pablo T. Spiller  
1987 "Geographic Market Definition Under the U.S. Department of Justice Merger Guidelines," *The Journal of*



*law and Economics* 15(1):123-148.

Shrieves, Ronald E.

1978 "Geographic Market Areas and Market Structure in the Bituminous Coal Industry," *Antitrust Bulletin* 23: 589-625.

Schmalensee, Richard and Robert Willig(eds.)

1989 *Handbook of Industrial Organization*, Amsterdam: North-Holland.

Schrank, William E. and Noel Roy

1991 "Market Delineation in the Analysis of United States Groundfish Demand," *Antitrust Bulletin* 36(1): 91-154.

Skoog, G. R.

1977 *Causality Characterization: Bivariate, Trivariate and Multivariate Propositions*, Working Paper, Graduate School of Business, University of Chicago.

Slade, Margaret E.

1986 "Exogeneity Tests of Market Boundaries Applied to Petroleum Products," *The Journal of Industrial Economics* 34(3):291-303.

Spiller, Pablo T. and Cliff J. Huang.

1986 "On the Extent of the Market: Wholesale Gasoline in the Northeastern United States," *The Journal of Industrial Economics* 35:131-145.

Steiner, Peter O.

1985 "Markets and Industries," *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan Co. 575-581.

Stigler, George J. and Robert A. Sherwin

1985 "The Extent of the Market," *The Journal of Law and*

*Economics* 28:555-581.

Tirole, Jean

1988 *Theory of Industrial Organization*, Cambridge, Mass: The MIT Press.

Uri, Noel D. and Edward J. Rifkin

1985 "Geographic Markets, Causality and Railroad Deregulation", *Review of Economics and Statistics* 67:422-428.

Uri, Noel D., John Howell, and Edward J. Rifkin

1985 "On Defining Geographic Markets," *Applied Economics* 17:959-977.

U.S. Department of Justice

1984 "Merger Guidelines Issued by Justice Department, June 14, 1984, and Accompanying Policy Statement, Special Supplement No.1169", *Antitrust and Trade Regulation Report*, (BNA). Washington, D.C. June 14.

Werden, Gregory J.

1981 "The Use and Misuse of Shipments Data in Defining Geographic Markets," *Antitrust Bulletin* 26:719-773.

Wu, D.

1983 "Tests of Causality, Predeterminedness, and Exogeneity," *International Economic Review* 24:547-558.

## 市場的迷思： 論市場定義在公平交易法應用的困境\*

莊春發\*\*

### 壹、前言

著名的經濟學家，經濟學諾貝爾獎得主史蒂格勒(G.Stigler)，以產業經濟學研究著稱，但在研究過反托拉斯的問題過後，不得不浩歎：「市場定義是人類智慧的黑洞。」(Stigler, 1982:168)，來形容經濟學家遭遇市場定義研究時，所面臨的困難。而且他觀察法院反托拉斯案子的實際執行過程後，自我解嘲的說：「…市場概念事實上並不精確，經濟學家給予市場的討論，距離真正瞭解它還差得遠。因此，法院對市場定義的認定，並未完全根據經濟學者的說法，一點也不奇怪，也不是完全沒有道理。」(Horowitz, 1981:4)十足證明經濟學者將基本概念應用於實務時，特別是反托拉斯法的無奈。

我國公平交易法（簡稱公平法）的施行也不例外的遭遇相同問題。公平法施行由於獨占的管制步驟，須由主管機關事前公告獨占事業，但限於市場範圍一直無法妥適的界定，所以獨占事業的公告作業進行緩慢<sup>1</sup>，以致於獨占管制無法落實。問題的癥結在於實務市場範圍的界定並不容易，這是市場定義應用於公平法的第一項難題。

---

\*感謝李伸一委員、陳坤銘教授在論文發表時所提出指正，更感謝兩位匿名審稿人提供寶貴意見，使論文改正若干不妥之處。

\*\*國立中興大學經濟系副教授

除市場界定的困難之外，另外一項市場定義應用的重要問題是：對不同經濟行爲的規範，市場定義是否應保持前後一致性。例如：獨占、結合所採用的市場定義，與聯合行爲管制所採用的市場定義是否應該相同，搭售、獨家交易安排等垂直非價格限制競爭行爲禁止時採用的市場定義，與聯合行爲或獨占、結合所採行的市場定義，是否應無二致。因爲執法單位對不同經濟行爲規範採行定義的不同，嚴重的影響事業單位的經濟行爲是否違反公平法。最近公平會對聯合行爲的處分案<sup>2</sup>，大都以地區性市場爲其決定違法的基礎。這種市場定義似乎與獨占、結合立法的定義有所不同，這樣的處理方式是否妥切、合理、符合立法的旨意，實值進一步加以研究探討的必要，俾將其結果提供予公平會執行時、甚至未來修法的參考。

除本節爲前言外，第二節首先探究市場定義在公平法執行所扮演的角色，先對「市場定義」在公平法母法與施行細則的出現進行統計分析，並討論其在各條文上的涵意與使用目的；然後再依據獨占、結合、聯合行爲、維持轉售價格、差別待遇、垂直非價格限制行爲的分類，分別說明市場定義在公平法執行的重要性。

第三節則以反托拉斯市場爲分析對象，介紹反托拉斯實務相關市場的意義，分別說明相關產品市場和相關地理市場的內涵，及其各項考慮因素，並從各項考慮因素的討論當中，驗證反托拉斯市場衡量的不易，說明市場定義應用於公平法的第一個難題。

第四節則由市場定義在各項經濟行爲的應用，提出一致性的問題。首先檢討聯合行爲管制的市場定義角色，以及其市場定義與獨占、結合所採的市場定義應否相同。其次討論垂直價格限制行爲管制的市場定義，與聯合行爲的市場定義應否相同；以及討論垂直非價格限制競爭行爲的市場定義，與獨占、結合的市場定義應否一致。最後則歸納市場定義前後不一致產生的困擾，以及引發的問題。

第五節則參酌西方先進國家反托拉斯法市場定義應用的情況，

說明聯合行爲的市場定義與獨占、結合所採用的相同，其中的分析是以美國和西德的法律規定與實務爲參考對象。其次研究垂直非價格限制競爭行爲與聯合行爲、獨占、結合的市場定義是否相同具有一致性，則以英、美兩國對垂直非價格限制競爭採用的市場定義爲分析對象，結果發現前者市場定義與後三者的獨占、結合、聯合行爲並不相同，而僅粗略的以地區性市場爲主。

最後一節爲結論與建議。

## 貳、市場定義扮演的角色

公平法管制的主要對象是事業單位違反市場競爭的行爲，所以如何確認事業單位所處的市場範圍是整部公平法研究的重點所在。不過反托拉斯經濟學研究的領域上，在界定市場範圍時，常出現所謂的相關產品市場 (relevant product market) 和相關地理市場 (relevant geographic market)。也有學者將反托拉斯法研究領域的市場，特別稱之爲反托拉斯市場 (antitrust market)；而將一般經濟理論研究所使用的稱之爲經濟市場 (economic market) (Scheffman and Spiller, 1987)，這些不同市場的定義和區別將在第三節說明。不容否認的在法律條文的規定上，「市場」字眼的出現，有時可能只是做普通名詞使用，或形容詞使用，並非指特定市場的意義。爲說明市場的意義以及其在公平法執行的重要性，本節首先將公平法母法、公平法施行細則中「市場」的出現頻率做一統計分析，並說明這些「市場」字眼在法律上的含意，然後再以其在公平法各類管制行爲所扮演的角色，分析市場定義在實際執法的重要性。

### 一、「市場」在公平法出現的統計及說明

#### (一) 公平法「市場」出現的統計及其意義

「市場」兩字在公平法出現的統計情況；依據其在公平法章節

的出平現頻率，以在第二章獨占、結合、聯合行爲的次數最多，共有七次；其次是總則說明的三次；第三章不公平競爭出現的次數最少只有一次，見附表一。在各條文使用「市場」的字眼當中，其意義上有很大的不同，大致上可分爲以下各類：第一類是一般之使用，例如：第 4 條說明競爭定義時的使用「二以上事業在『市場』上以比較有利之價格…」；第 14 條第 1 項第 6 款的「…商品『市場』價格低於平均成本…」，同法第 1 項第 2 款的「共同研究開發商品或『市場』」亦同，均可視爲一般之使用。第二類是有些地理市場含意，例如：第 14 條第 1 項第 5 款之一「專就國外『市場』之競爭予以約定者」。第三類爲僅供做形容詞之使用，例如：第 10 條第 1 項第 4 款「其他濫用『市場』地位之行爲」。最後一類的使用，「市場」字眼的出現即具有特定之意義，指明其爲反托拉斯市場，例如：第 5 條第 1 項、獨占定義之使用；第 5 條第 3 項的特定市場之解釋；第 11 條第 1 項第 1 款、第 5 款；第 11 條第 2 項表明市場占有率時之使用，以及第 18 條說明同種類商品在「市場」上可爲自由競爭時的使用。

## (二) 公平法施行細則「市場」出現之統計及其意義

公平法施行細則「市場」出現的統計，如附表二，在出現頻率上仍以第二章獨占、結合、聯合行爲最高，共計有十六次；其中屬於獨占部份有十一次，聯合行爲有三次；至於第三章不公平競爭市場出現次數共計四次，其中第 19 條第 2 款差別待遇的補充規定有一次，第 19 條第 6 款有關垂直限制競爭的判定有三次。

屬於規範獨占的部份，市場字眼出現的地方，毫無疑問屬於特定之使用，係指反托拉斯的特定市場。在規範聯合行爲的部份，則不易確定其是否指明爲特定市場，完全要視聯合行爲的立法規範是不是也限定於特定市場的範圍。例如：施行細則第 2 條第 1 項的「足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者爲限。」其中之「市場」可能與功能並用，只做爲形容詞之用，當然也可以將其解

附表一、「市場」在公平交易法出現之統計及其意義

項目	出現條文	內容	使用意義
總則	1.第4條 2.第5條第1項 3.第5條第3項	...二以上事業在「市場」上以較有利之價格... 事業在特定「市場」處於無競爭狀態... 特定「市場」,係指事業就一定之商品	一般使用 獨占特定使用 獨占特定使用
獨占、聯合、結合、	4.第10條第1項第4款 5.第11條第1項第1款 6.第11條第1項第2款 7.第11條第2項 8.第14條第1項第2款 9.第14條第1項第5款 10.第14條第1項第6款	其他濫用「市場」地位之行爲。 「市場」占有率達三分之一者。 「市場」占有率達四分之三之一者。 「市場」占有率達五分之三之一之事業。 而共同研究開發商品或「市場」者 專就國外「市場」之競爭予以約定者。 商品「市場」價格低於平均成本...	獨占一般使用 結合特定使用 結合特定使用 結合特定使用 聯合行爲一般使用 聯合行爲一般使用 聯合行爲一般使用
不競爭公平	11.第18條	有同種類商品在「市場」上可爲自由競爭者。	維持轉售價格 特定使用

資料來源：作者整理。

附表二：「市場」在公平交易法施行細則出現之統計及其意義

項目	出現條文	內 容	一般使用意義
獨占、結合、聯合行為	1.第2條第1項第1款 2.第3條第1項第2款 3.第3條第1項第3款 4.第3條第1項第4款 5.第3條第1項第2款 6.第4條第1項第2款 7.第4條第1項第3款 8.第4條第1項第2款 9.第4條第2項 10.第4條第3項 11.第4條第3項 12.第5條第1項 13.第5條第1項 14.第5條第2項 15.第13條第1項第5款 16.第18條第1項第4款	足以影響... 供需之「市場」功能者為限 特定「市場」之占有率 特定「市場」中時間... 特定「市場」價格之能力 加入特定「市場」之占有率 特定「市場」之占有率 特定「市場」之占有率 特定「市場」之占有率 特定「市場」之占有率 進入特定「市場」受法令... 影響「市場」供需率時... 計算「市場」已生產、銷售... 計算「市場」占有率、所需之資料... ...下游事業及其「市場」之影響。 該行業之「市場」展望資料	聯合行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 獨占行為 聯合行為 聯合行為 一般使用
不公平競爭	17.第23條第1項第1款 18.第24條第2項 19.第24條第2項 20.第24條第2項	「市場」供需情況... 「市場」地位... 所屬「市場」結構... 對「市場」競爭之影響...	差別待遇 一般使用 垂直限制 一般使用 垂直限制 一般使用 垂直限制 一般使用

資料來源：作者整理。



釋為具有特定市場的定義。同樣的有聯合例外申請的第 13 條第 1 項第 5 款的「…下游事業及其『市場』之影響。」以及第 18 條第 1 項第 4 款的「該行業之『市場』展望資料」的市場意思，可含混的做為一般之使用、或形容詞使用，如市場展望，當然也可以採取較為嚴格指其為特定市場之使用。

第三章的部份，市場的出現，首先用於說明公平法第 19 條第 2 款差別待遇的正當理由，應考慮市場供需情況，和聯合行為情況相似，市場的意義一方面可解釋為一般之使用，另一方面也可將其指定為特定之使用。在垂直非價格限制競爭行為的說明，市場字眼出現於界定垂直非價格限制競爭行為是否合法部份的「『市場』地位、所屬『市場』結構對『市場』競爭的影響」。在此市場可做為一般之使用，將其視為地位、結構、或競爭的形容詞，當然另一方面也可將其視為特定之市場範圍。表面上似乎後者的解釋傾向較為合理，但至於結論如何，可能仍需研究整部法律對垂直非價格限制競爭行為的規範程度如何而定。

從以上的分析，可以瞭解公平法所規範的事業單位行為，必需建立於「市場」基礎上，所以市場定義的字眼普遍存在各款法律中，也散布於施行細則的各條文中，證明市場概念在整部公平法執行時的重要。下一小節則利用第一小節的基礎，進一步說明市場定義在各項規範行為反托拉斯管制的重要性<sup>3</sup>。

## 二、市場定義的重要性

第一小節利用市場在公平法與公平法施行細則出現次數的統計，初步說明市場定義在公平法執行所扮演的地位，但未就其各種規範行為所扮演的角色深入說明，本小節擬就公平法所規範的行為當中，市場定義的角色稍做說明，以為補充，以證明市場定義在整部公平法的關鍵地位。

### (一) 獨占

公平法對獨占行為的規範，參照西方國家的立法例，以獨占事業的行為為管制對象（公平法第 10 條），不以市場結構為管制對象。因此條文中所列舉的禁止行為，只適用於獨占事業。所以公平法對獨占事業的規範固然在立法技術上，參酌經濟理論的研究，將獨占的管制點由結構移至行為，但也因此帶來必需先定義那些事業是屬於獨占事業的繁重工作。

公平法第 5 條清楚的交待所謂的獨占，係指事業在特定市場處於無競爭狀態、或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力者；二事業實際上不為價格之競爭，而其對外關係具有處於無競爭狀態、或具有壓倒性地位可排除競爭能力者，亦將其視為獨占。同法第 3 項則明確說明，所謂特定市場，係指事業就一定商品或服務，從事競爭之區域或範圍。但不管如何，這些抽象之說明，在實際執行時難管大用，因此乃在施行細則第 3 和第 4 條，制定一套基本上以市場占有率為基礎的方法，做為獨占事業的認定標準<sup>4</sup>。

雖然其他之因素如：產品空間、時間的可替代性、事業影響價格的能力、加入市場的難易、輸出入情形，均列為公告獨占事業的考慮項目，然則市場占有率確是整個操作的主要依據，所以市場範圍的寬窄乃影響事業市場占有率的高低，決定獨占事業的認定。因此市場範圍的界定，實乃公平法獨占事業認定的核心。

### (二) 結合

市場定義在結合的管制所扮演的角色，大致和獨占情形相似，母法第 11 條規定，事業結合使市場占有率超過 1/3 者，以及參與結合之事業市場占有率達 1/4 者，結合時均應向主管機關申請。所以市場定義的決定，也關係著事業的市場占有率是否落入管制的門檻，變成被管制的對象。

同樣的，市場範圍的寬窄決定了事業單位市場占有率的高低，關係著事業單位結合是否應事前申請，或可逕行結合。

### (三) 聯合行爲

市場定義與聯合行爲的關係，表面上似乎並不明確，實則不然。母法上第 7 條聯合行爲的定義，第 14 條的聯合行爲的例外，與市場定義關係不深，只在例外中的第 2 款、第 4 款、第 6 款稍有提及，但其市場字眼的出現只做爲一般目的使用。

但在施行細則第 2 條第 1 項，爲排除微不足道的聯合行爲，乃指明聯合行爲的管制，係指事業在同一產銷階段、水平階段的聯合，並足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者爲限。換言之，我國聯合行爲的管制，在方法上係採類似於美國的合理原則，聯合行爲發生之後，先評估其是否有管制之必要。而是否有管制之必要者，又以其造成影響生產、商品交易或服務供需之市場功能爲判斷基礎。此時，市場範圍即扮演著關鍵的地位，因爲若劃分的市場範圍趨小，則同一聯合行爲對於生產、商品交易或服務供需之市場功能，勢必易於造成顯著的影響。反之，若市場範圍趨大，則同一聯合行爲的影響必然趨小，甚至成爲被視爲可以忽略的市場行爲。是故，市場定義之寬窄顯然亦關係著聯合行爲成爲管制與否的重要判斷因素。

### (四) 維持轉售價格

基本上我國的立法是禁止事業維持轉售價格之行爲，但一般消費者之日常用品，有同種類商品在「市場」上可爲自由競爭者，不受約束。同理市場範圍的寬窄亦影響市場是否存在有同種類商品，因此市場定義也在產品是否劃分爲垂直價格限制競爭的禁止對象，扮演決定性的角色。

### (五) 垂直非價格限制

第 19 條第 6 項垂直非價格限制競爭的管制，依施行細則第 24 條說明，包含垂直非價格限制的搭售、獨家交易等限制活動，係以合理原則加以規範，其限制之正當與否，應綜合當事人的意圖、目

的、市場地位、所屬市場結構、商品特性、及履行情況對市場競爭之影響。固然中間之市場地位、市場結構，前一小節曾將其歸類為一段目的使用，但不可否認的，欲界定其市場地位、市場結構，對市場競爭之影響，必然需先明確瞭解其市場範圍，所以市場定義的決定亦成爲垂直非價格限制競爭管制的重要影響因素。

綜上所述，不管由市場出現頻率與意義，以及在各種規範行爲扮演的角色，可以清楚明瞭市場定義實乃反托拉斯法執行的重要基礎，市場定義的完整與否，便成爲公平交易法中有關反托拉斯法管制成敗的關鍵所在。下一節首先說明傳統上如何界定反托拉斯市場，從學理與實務說明市場定義應用時的第一個困境，然後在第四節分析市場定義在不同管制行爲應用，是否應具備一致性，探討市場定義應用時的第二項困境。

## 參、反托拉斯市場範圍的界定

### 一、一般經濟理論的市場概念與可競爭市場的發展

#### (一)一般經濟理論的市場概念

個體經濟學教科書描述市場概念時，常將此最基本的經濟術語定義成：「市場是指一群廠商與個人，爲購買或銷售商品之目的，所形成相互接觸的組織。當然，市場中的成員，不必然需要與市場中的所有成員有所接觸，即使是與市場中的部份成員接觸，這些人仍屬於市場中的一份子。」(Mansfield, 1989:20)顯然這種市場概念，只指出市場組成的基本份子，供給一方的廠商，與需求一方的個人，以及描繪個人與廠商、或廠商與廠商間的接觸，是爲進行商品的購買、銷售。以純粹理論分析爲主的經濟研究，這樣的市場定義已經夠用了，所以經常看到的市場定義分析，大都集中於市場的運作、市場功能的好壞，並常常假設市場會做良好的調整，反而將最基本市場定義的重要問題忽略(Crane and Welch, 1990:12)，

因此純粹經濟分析的市場定義，對有關產品關係的描述和特定領域市場的空間因素常給予不應該有的忽略<sup>5</sup>，純粹理論的市場概念，似乎常與現實脫離，變成有點不食人間煙火。

## (二)可競爭市場

以上的說明並無完全抹煞經濟理論市場定義的可用性，只是陳述它在實用上有所不足。但是最近由美國 Baumol, Panzar, Willig 三位經濟學者所發展出來的可競爭市場 (contestable market) 理論<sup>6</sup>，則提供了若干接近實務可用的概念。所謂的可競爭市場，係指新廠商 (或稱潛在廠商) 可與既有廠商基於相同成本的情況下進入市場；同時若新廠商欲退出該市場時，也不會造成適用於該特定市場資本的投資損失。典型的可競爭市場是兩個城市的飛航市場。因為提供兩個城市間的飛航服務，最重要的投入為飛機成本，廠商一旦退出該市場時，可將使用的飛機移向其它市場繼續服務，不會因此形成太大的沉入成本 (sunk cost)<sup>7</sup>。

是故，潛在廠商進入市場不會比既有廠商多出額外的成本，而且退出市場也容易不會發生高沉入成本，則易於形成為可競爭市場。揆諸實務大部份存在的獨占市場，大都非可競爭市場，因為現有廠商會有龐大的沉入成本。例如：具有地方獨占性的有線電視 (cable television) 公司，即屬此中例子，其為服務所埋設的電纜，即形成高沉入成本，一旦其離開市場時，該電纜無法移作他用，或即使可移作他用花費也很高。

可競爭市場的提出，最重要的一項含意為：現實社會若發現市場只有一家廠商存在，雖然其名目上為一獨占廠商，但是其可能無獨占之利，因為周遭可能存許在多隨時可以輕易進入市場而離開時又不產生太大損失的潛在廠商，所以其獨占所獲得的只是正常利潤。

可競爭市場的特殊考慮，在下一小節反托拉斯市場的相關產品市場或相關地理市場，考量供給替代的可能時，將會在概念上予以

納入。

## 二、反托拉斯市場

相對於一般的市場定義，著重於有效競爭的反托拉斯市場定義，就需面臨現實問題的考驗，需將所有替代因素納入於市場定義的決定；同時也需慮及空間因素，所造成競爭的不完全、或競爭的不能。前者文獻將其稱為相關產品市場，而後者則稱為相關地理市場。以下則按序說明兩者概念內涵，然後說明其與一般經濟市場不同，最後則提出實務反托拉斯市場界定的困難。

### (一) 相關產品市場

就買方的立場而言，能夠滿足其需求的產品可能很多，在消費者的購買選擇當中，可能因為這些產品價格的改變，而做不同的選擇。因此，定義一個有效競爭的市場時，必須將相互間具有密切替代，有可能為買方所選擇的產品，劃分在同一市場範圍之內。

另外從市場的供給面而言，產品的銷售獲利較高時，必然引起其他密切產品廠商的注意。短期間類似產品的生產者，可能會因此改以生產銷售良好的產品，或改變產品的類型成為銷售良好產品的密切替代品，長期則可能吸引社會閒置資源的投入，或者吸引其他行業的轉入。同一產業內從而多出一些生產相同或類似產品的新廠商，使市場競爭轉趨激烈。

總之，市場供需雙方所產生的競爭，在定義一完整市場時，必需將其完全納入，否則將產生偏頗。就生產廠商之立場而言，所謂一有效競爭市場，係指生產者必須一方面想辦法在品質、價格、服務等條件上，爭取消費者的喜愛，購買其產品；另一方面則須防範同業間競爭，以及潛在競爭者參與競爭之可能。前者即所謂需求的替代，而後者則為供給的替代。

### 1. 需求的替代

表面看起來，只要把滿足消費者某種需求的所有替代品找出來，彙總為同一市場，應該不是件難事，實則不然。例如：星期假日看一場棒球賽、看一本小說、或聽音樂，均可能成為消費者休閒選擇的對象，然而看棒球賽、看小說、聽音樂可能很難讓人將其歸類同一市場之產品。

即使是以滿足消費者相同需求的產品歸類在一起，做為界定市場的原則，但在實際操作時並不容易區分應將那些產品包含於同一市場之內，或將某些產品剔除於市場之外。例如：圖一情形，汽水、烈酒、葡萄酒、啤酒、果汁、牛奶等產品，對消費者而言，彼此之間若不具備替代性，在消費者選擇時，不會同時將其列為購買的對象，則個別產品極可能分別單獨形成一個市場。相反的，若這些產品被大部份的消費者視為彼此之間具有密切的替代時，則很可能被認定為飲料市場的一種產品，共同組成一市場。

圖一：飲料市場

飲料市場

烈酒	汽水	其 他 料
	牛奶	
葡萄酒	啤酒	果 汁

因此，什麼樣的產品具有需求的替代性，應以市場買方需求者的意向為判斷。假如兩種產品就其價格、品質與最終用途皆具有合理替代性 (reasonable interchangeability) 時，則此兩種產品應屬同一產品市場。經濟理論上判斷二產品是否為同一市場之密切替代品，最常使用的工具為二產品的價格交叉彈性 (cross elasticity)，如果衡量的結果顯現二產品的價格交叉彈性高時，表示二者為密切

替代品<sup>8</sup>。

除價格彈性做為判斷的主要基礎之外，其他事實的判斷，也常被採行為輔助手段。例如：觀察正常情況產品間是否容易被消費者替換，煎牛肉餅和魚子醬可能只有在偶然情況下被消費者替換使用，但在正常情況下並非如此，則此產品可能並非同一市場之產品。

其次，文獻上也有以產品間價格的相關性，做為衡量的輔助基礎，例如：以產品價格的相似性為觀察。如果兩種產品的價格相近，則表明可能因為彼此間競爭，使二產品的價格趨於相同。反之，若二者的價差很大，表示二產品的銷售對象不同，可能屬於不同市場之產品，例如：面積相同一般旅館房租與觀光飯店的房租的顯著差異，可能顯示該二產品分屬於不同市場。

最後的判斷標準是市場參與者的評價，尤其是屬於賣方的銷售者，因為經由長期對其產品與其他廠商產品在市場銷售狀況的觀察，以及彼此之間的互動關係，本身產品受到他產品的影響，即可據此瞭解本身產品與他產品的關係如何。當然以調查的方式，獲得一般消費者的主觀感覺與評斷，或者從普遍市場的交易習慣等，亦可以輔助研究者或法院確認市場的範圍所在。

## 2. 供給的替代

討論需求替代時，是以市場已經存在的產品為對象。研究那些產品的替代性高應併入相關市場內，那些產品因彼此間替代性低，應排除於相關市場之外。相對的供給替代的研究可能延伸至尚未發生的事實，例如：某產品價格提高，可能誘發其他相似產品的生產者增加市場供給，因而對市場價格產生抑制的作用。換言之，供給替代的研究常以潛在的競爭者為主要分析對象。要瞭解涉案廠商受到那些潛在廠商供給可能的影響，首先必需考慮的是潛在廠商生產技術與涉案廠商的生產技術是否十分類似，其生產技術轉換的可能性或程度有多高，例如：男鞋和女鞋的生產，在生產設備、生產技



術、使用原料差別不大，則生產的轉換就相當容易。又如烹飪食譜與偵探小說的印刷，印刷技術上可完全替換，因此生產轉換的可能性就可能非常大。例如：潛在廠商可在不需花費太高的成本即可進入市場，而離開市場時又不致於造成太大損失，形成前述之可競爭市場之情形。

生產轉換是否會形成潛在競爭的可能，第二項考慮的因素是：轉換所需的時間長短，因為有些產品在市面上循環期很短，若生產轉換時間長，可能使廠商轉換後所生產的產品無法趕上市場的商機，因此不會考慮產品生產轉換，成為涉案產品的潛在競爭者。例如：皮衣工廠最快也需六個月的時間，才能將生產線轉換為女裝的生產線，但是女裝的服飾市場變化很快，所以女裝生產廠商不會把皮衣工廠視為潛在競爭者。相反的，皮衣廠商與雨傘製造商的關係則不同，六個月內雨傘市場可能不會有太大的變化，六個月內皮衣廠商若能轉換為生產雨傘，則可能因而形成雨傘製造商的威脅，變成雨傘廠商的潛在競爭者。

供給替代的另一項考慮因素是：潛在生產者進入市場後所能增加產量的多寡，若轉換生產所能增加的產量有限，則市場價格的影響可能十分微小，可以忽略不計。反之，若因生產轉換增加的數量很多，則對市場價格影響可能十分顯著，不可忽略。至於實際可能增加的數量多少，只有仰賴主管機關充份的搜集資料，例如：以生產廠商的產能做為評估的標準，是一項可行的方法。

最後在考慮供給替代問題時，不能忽略的一項因素是：新進廠商的產品進入市場時，消費者對新產品可能不熟悉，對消費者而言，舊產品會較新產品有較高的可信度與評價，為平衡此不利的局面，新廠商可能需要花費高額の廣告支出，以爭取消費者的認同，多了這一層顧慮，可能會使有轉換生產企圖的廠商發覺無利可圖後，打消進入市場成為競爭者的可能。由於供給替代所討論的情形為可能發生，但實際上並不一定發生的情況，在國外法院實務界定市場範圍時採用的例子並不多<sup>9</sup>。

## (二) 相關地理市場

一家擁有顯著市場力量的廠商，不可能在任何市場都具有顯著的市場力量。生產不同產品的廠商相互之間固然不具有競爭性，但在不同地區即使生產銷售相同產品的廠商，由於空間的區隔，彼此之間也不見得具有競爭關係。空間的障礙可能限制了產品間的相互替代性。因此在界定市場範圍時，除考慮上述產品間供需兩者的替代關係外，空間替代的引進，也是界定適當市場範圍必須納入考慮的重要一環。

### 1. 運輸成本

地理市場界定第一項必須考慮的因素是產品的運輸成本，一般而言，運輸成本占產品價格比例極高者，其地理市場受到較高的限制，所以市場範圍較窄。特別是價格不是很高的產品尤其顯著，典型的例子有磚瓦、砂石、水泥業建材產品。相對的，例如：貂皮大衣、鑽石，運輸成本占產品價格的比例有限，地理市場範圍就大很多，甚至可能以世界市場為其市場範圍。

### 2. 法律上的障礙

產品的流通隨著資訊發達，交通運輸工具的進步，在自由貿易的世界裏，可以以無孔不入來形容，但有時也會因一地區的經濟政策如保護幼稚工業等理由，被課以關稅，或被以配額加以嚴格限制，使產品在國與國之間的流通受到阻礙。一旦課徵高額關稅之後，因而提高進口產品在當地的售價，以致無法與進口國當地的產品相互競爭，最後使其地理市場可能僅限於國內。

### 3. 產品本身性質

產品性質對於地理市場範圍大小，也有密切的關係。有些產品由於具有耐貯存性，適合長途運輸，且運輸成本也不大，則其市場可能及於全國，甚至全世界。例如：藥品、汽車、音響、運動器

材、服飾等產品。相反的，有些產品可能以地方需求為主，或者產品性質不適用於長期貯存或運輸者，則其市場範圍會因而縮小，例如：預拌水泥、牛奶等產品，所以產品性質也是決定地理市場範圍的重要因素之一。

### 三、反托拉斯市場與經濟市場

從以上有關反托拉斯市場界定市場範圍的分析，可以瞭解反托拉斯市場對市場定義的研究較偏重於實際的應用，雖然在實質內容上與一般的經濟市場並沒有太大的不同，但兩者在研究的重點上學者 Scheffman and Spiller(1987) 仍認為有若干的差異，例如：前者之研究重心著重於市場力量，從討論所有影響市場力量的因素，找出市場界定的基礎方法；相反的，經濟市場所研究的重點則集中在套利行為的分析。套利和市場力量固然具有密切關係，但二者仍有若干的分野。例如：市場有 A、B 兩群生產者，A 群生產者意圖提高產品價格時，套利的結果將消除兩群生產者的差距，最後的結果是使 B 群生產者的銷售增加。換言之，市場因 B 群生產者的存在，將減弱 A 群生產者的市場力量。B 群生產者的存在，不可能完全消除 A 群生產者的市場力量，但是可以肯定的是，套利動機勢將減緩 A 群廠商的市場力量。所以，反托拉斯市場的討論是以廠商市場控制範圍與控制力量為核心，而在所有控制範圍之內，每個地理區域或產品範圍，其控制的強度可能不同。換句話說，有些地理或產品範圍之內，套利情形極易發生，而某些地理或產品範圍，套利的執行並非十分容易。

是故，任何反托拉斯市場必有一經濟市場與之對應，但二市場範圍不一定相同，反托拉斯市場可能大於、也可能小於對應的經濟市場 (Scheffman and Spiller, 1987:127)。屬經濟市場但供給彈性較小的廠商，在分析反托拉斯市場時可能被剔除在外；相反的，原本不在經濟市場的生產者，很可能因為價格抬高時的供給彈性夠大，被包含於反托拉斯市場在內，因而出現反托拉斯市場大於經濟

市場的現象。

#### 四、反托拉斯市場界定的困難

由以上對反托拉斯市場的分析，以及其與傳統經濟市場區別的討論，可以瞭解要界定一適當的反托拉斯市場藉以衡量特定廠商的市場力量的大小，在實務上可能並不容易，以 Asch(1984) 提出的最簡單的反托拉斯市場的範圍界定的基本原則：第一，必須滿足市場範圍要窄到能排除所有的非替代品；第二，市場範圍必需寬到包含所有的替代品。這種要求表面看起來不難，然而實際執行起來並不容易，而且還可能互相產生衝突，例如：一市場之產品種類可能很多，市場外產品可能與市場內的若干產品但不是全部產品存有替代關係，若將其全部排除於市場之外，顯然違反包含所有替代品的條件，但將與市場內若干產品密切替代關係的產品包含於市場之內時，顯然又與剔除所有非替代品條件有所違背。

若進一步依 Coate 的市場界定準則，除上述之要件，尚需具有任何競爭狀態下均能產生相同的相關市場、要能提供簡單的操作體系、以及實際執行時能產生明確的市場結果 (Coate, 1986:79) 等三項條件，顯然現有的市場衡量方法均無法達成上述之目標<sup>10</sup>。

更重要的是，我國公平法的立法規定，要求主管機關必需事前公布獨占事業名單，以及市場占有率超過 20% 以上的事業名單，做為獨占結合規範的基礎。文獻上所提供的市場界定方法，雖然在個案的分析，提供了若干不同的衡量方法，解決所面臨的市場界定問題，但對於大量產業需同時處理的情況，很難找出一體適用所有個案的原則，無法滿足我國實務上的需要。更何況現有的各種界定市場範圍的方法，或多或少都有無法避免的缺點<sup>11</sup>。因此，即使未來修法將公告制度廢除，市場範圍的界定問題仍會出現在個案研究上，現階段不當的立法，和執行上所產生的困難只不過提早凸顯問題的嚴重性。

## 肆、市場定義的一致性

市場定義在公平法的應用，除前節所述市場範圍界定不易之外，另一個技術性的問題是市場定義在不同禁止行為的規範下，是否應採取前後一致的態度？抑或不同規範行為下容許有不同的市場定義？因此本節首先釐清公平法有關反托拉斯法域有那些不同的管制類別<sup>12</sup>，然後再分別討論市場定義在不同類別管制應否一致。

### 一、獨占、結合與限制競爭的區分

根據西方國家反托拉斯法的立法，大致上區分為兩類<sup>13</sup>：一者是對獨占、結合的管制；二者是對限制競爭行為的規範。前者獨占立法的目的，是為防患獨占事業濫用市場獨占地位的行為<sup>14</sup>，而結合的立法旨意與獨占又稍有不同，是採事前防患的態度，在企業結合時即加以導正，以防止企業組織在市場逐漸變成獨占事業。

至於限制競爭行為的管制，依情況的不同又可區分為水平和垂直兩種限制競爭行為的管制，前者即為我國立法的聯合行為，而後者之垂直限制競爭，又可再分為垂直價格限制競爭和垂直非價格限制競爭。公平法第 18 條的維持轉售價格，以及第 19 條第 2 款的差別待遇，即屬於前者垂直價格限制競爭的類型；後者則指第 19 條第 6 款，有關搭售、獨家交易、限制地區、顧客或使用限制等的非價格垂直限制行為。

### 二、獨占、結合的市場定義與聯合行為市場定義應否一致

根據公平法第 11 條對結合規範的市場定義，以及施行細則第 3、4 條有關獨占事業認定市場定義的規定，獨占與結合採用相同的市場定義應無疑義，其所指應是公平法第 5 條第 3 項的特定市場，為事業一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍。換言之，獨占管制與結合規範所採用的市場定義，應指一般所稱的反托拉斯市場，

需經過相關產品市場、相關地理市場的檢驗所界定出來的市場<sup>15</sup>。

至於聯合行爲的規範，在公平法第7條有關聯合行爲的定義中，並未提及有關市場的界定，而且在第14條的聯合行爲禁止例外規定，所出現的「市場」字眼，例如第2款的「共同研究開發商品或『市場』者」；第4款的「…專就國外『市場』之競爭予以約定者…。」都只是做爲一般性之使用，不具備特定市場的定義。反倒是在施行細則第2條第1款「本法第7條之聯合行爲，以事業在同一產銷階段之水平聯合，足以影響生產、商品交易或服務供需之『市場』功能者爲限。」的規定至少具備市場範圍的味道。因爲若市場範圍劃大，很可能使特定聯合行爲所產生之影響效果微不足道，不足以形成影響生產、商品交易或服務供需之「市場」功能的條件。

遺憾的是，現行的法條並沒有明文規定，聯合行爲規範時採用的市場，很難確定其市場定義是否應與獨占結合的市場定義相同。若從聯合行爲劃歸與獨占結合同一章進行管制，其罰則亦同（第35條），最高有三年以下之徒刑，按理說應採相同之對待，採用與獨占結合相同的市場定義。而且從另一個角度而言，施行細則第2條第1項的立法，旨在利用合理原則先行排除不致產生傷害法律保護法益——競爭的聯合行爲，市場定義所扮演的角色，似乎和獨占結合情況沒有兩樣，要求與獨占結合情形一樣，於事前做縝密的市場分析，以做爲聯合行爲規範的標準應稱允當。

然而，從現行的法律規定，尋求獨占、結合與聯合行爲採用相同的市場定義，在現階段可能不易做到。

### 三、垂直限制競爭行爲禁止與聯合行爲（水平限制競爭行爲）禁止採用的市場定義應否一致

垂直限制競爭禁止的規範中，公平法第18條的維持轉售價格禁止，在例外規定上出現同種類商品在市場上可爲自由競爭的條款，亦需藉助於市場定義的概念作爲判斷的基礎。此外，垂直非價格限制競爭的禁止，在判定其限制是否正當時，需結合當事人之意圖、

目的、市場地位、所屬市場結構、商品特性及履行情況對市場競爭之影響等加以判斷（施行細則第 24 條），不可避免的也需仰賴市場定義概念，做為其是否正當的基礎。

然而，不管是垂直價格限制競爭的維持轉售價格禁止，抑或垂直非價格限制競爭的禁止，其所採用的市場定義，與同樣是限制競爭的聯合行為所採用的市場定義，應否一致，有關法律規定，並未明確說明。而市場定義的適當與否又關係著企業若干經營行為是否違法，市場定義在垂直和水平限制行為的真正意義，仍有待主管機關進一步的澄清。

#### 四、垂直限制競爭行為禁止與獨占結合的市場定義應否一致

如前所述獨占結合所採用的市場定義，基本是以反托拉斯市場為基礎，在界定市場範圍時，必需同時考慮相關產品市場與相關地理市場因素，而且市場定義的取捨，顯著關係二者行為的合法與否。相反的，在垂直限制競爭行為的管制當中，市場定義所扮演的角色，固然有其重要性，但並非絕對關鍵地位，例如：垂直價格限制的維持轉售價格，市場定義僅在例外適用做為判定的參考；而在垂直非價格限定的搭售、獨家交易安排，在考慮其限制是否正當時，市場定義扮演的角色也只是其中考量的因素之一，並非全部。和獨占、結合以市場定義做為其管制與否的決定因素，顯然有所不同。

此外，兩者在罰則上也有很大的不同，違反第 10 條獨占力濫用行為者不需經勸止，即可逕自懲罰（第 35 條）；相對的若行為涉及垂直競爭者，若為價格限制，如維持轉售價格，只有限期命令其停止或改正其行為，逾期不停止或改正其行為者，得繼續命其停止或改正，並按規定處罰新台幣 100 萬元以下的罰款（第 41 條）。即使是涉及刑事責任之垂直非價格限制行為，仍有第 36 條的需先經過中央主管機關命其停止而不停止者，才有徒刑的處罰，在此不同刑度、不同程序規範的情況下，二者的市場定義是否依然應維持前後

相同，有待斟酌。

## 五、市場定義不一致性可能引發的困擾

前面三小節的分析，指出目前公平法立法，可能形成水平限制（聯合行爲）與垂直限制（維持轉售價格與限制交易人事業活動）採用的市場定義不一致。甚至出現垂直限制與獨占、結合使用市場定義的不同的問題。在此僅就已有聯合行爲判例的結果，所可能造成的困擾提出分析。

公平會最近對花蓮蛋商和高雄地區信用合作社做成聯合行爲處分的資料顯示：前者以參與「台灣省雞蛋運銷合作社花蓮承運站」的廠商，對花蓮地區之雞蛋市場進行價格、銷售地區之約定，產生限制競爭之效果，「足以影響花蓮地區雞蛋供銷特定市場功能」被公平會認定違反公平法第 14 條。顯然的，公平會在處理過程中，對市場定義是以雞蛋為相關產品市場的範圍，以及花蓮地區為相關地理市場。處分書中並以承運站供銷的雞蛋占花蓮地區雞蛋供銷的 67%，做為足以影響市場供需功能的佐證。

至於高雄地區第一、第二、第三、第五、第十等五家信用合作社一案，亦因五家信用合作社利用常務理事會暨信用業務小組的工作會報方便，共同協商訂定利率調整標準，「足以影響高雄地區金融市場之功能」，被公平會認定違反公平法第 14 條之規定。決議理由的第三項並以被處分人等所屬高雄市五家信用合作社，自民國 80 年 7 月起至民國 81 年 6 月止，每月月底存款餘額，合計平均占高雄市金融機構存款總額 20% 以上，做為其顯然已產生足以影響市場供需的效果，符合施行細則第 2 條之規定。很顯然的該項判決係以金融機構存款為相關產品市場，高雄地區為相關地理市場。

目前公平會所公告的市場範圍似乎並不以高雄地區、或花蓮地區為該兩項產品或勞務的地理市場範圍。根據瞭解公平會採用的地理市場，一般是以全國一為地理市場範圍。另外根據公平會委託台灣經濟研究院研究市場範圍劃分的研報告，亦顯示存放款業務為



一相關產品市場，市場範圍是以金融機構中經營存放款業務者，包含本國銀行、外國銀行、郵政儲金匯業局、信用合作社、農漁會信用部、信託投資公司、保險公司。可見若依據存放款業務為相關產品市場範圍為基礎，則高雄地區五家信用合作社的存放款業務，占全國存放款業務比例必將極占少部份，甚至不足被認定為具有影響市場供需之效果。如此一來，即不能滿施足行細則第2條規定的條件，成為公平法制裁的對象。

是故，在不同的規範法域，採行不同的市場定義，將有極其顯著不同的效果，也可能引起不必要的爭議，使人誤解公平會對於相同反托拉斯法的管制，可能有相當程度的差別待遇。也許認為獨占事業之獨占行為影響較少，所以給予較為寬厚的處理；相對的，對聯合行為則採較為嚴格之處理方式。在相同刑度的處罰風險下，市場定義的不一致，形成差別處理，是否適當，實有待主管機關仔細考量。同時，由此案例處理結果，也再度凸顯事前公告制度，除無效率而浪費寶貴人力之缺點外，還可能為主管機關處理反托拉斯案件帶來另一個不必要的麻煩，證明公告制度的無效率及不合理性。

## 伍、先進國家的借鏡

既然市場定義是反托拉斯法執法的重要依據，那麼在不同經濟行為情況下，執法單位到底是否應採一致態度或是需隨不同行為而做不同的調整，是研究市場定義應用所必需特別關心的主題。最簡單的方法是由研究先進國家的做法，瞭解他們對此問題的處理方式，做為學習參考的對象。不過，市場定義一致性問題，在反托拉斯文獻討論的似乎不多，因此以下有些看法是藉由各國立法或執法情況的推論<sup>16</sup>。

### 一、規範獨占、結合與聯合行為時市場定義的一致性問題

### (一) 美國法律的處理原則

美國法律對聯合行為規範(休曼法第1條)採用的市場定義,與獨占(休曼法第2條)、結合(克萊頓法第7條)管制所採用的市場定義完全一致。不過要瞭解美國法院規範聯合行為所採用的市場定義,必需由美國法院對聯合行為態度改變談起。早期美國法院執法的態度大都採絕對違法(per se illegal)的態度<sup>17</sup>,一直到 Chicago Board of Trade v. United States(1918)一案,才由法官 Brande's 建立第一個合理原則(rule of reason)的判例,改變將所有限制行為視為違法的態度。

但是對於特定的聯合行為如:(1)統一定價(fixed pricing);(2)集體杯葛(group boycotts);(3)水平市場分割(horizontal market divisions);(4)垂直市場分割(vertical market divisions),法院經過多次處理經驗後,發現這些行為明顯的對市場競爭產生限制效果,因此仍以絕對違法原則處理。因為這些行為類別,本質上有妨害市場競爭的可能,所以程序上並不進行市場分析,當然也就不涉及市場定義的問題。

相對的,以合理原則處理的案子<sup>18</sup>,需考慮所有條件判定其是否產生不合理的競爭限制。這些相關條件包括:(1)被告採行限制行為的企圖與目的;(2)被影響的產業結構與競爭條件;(3)被告在市場的相對競爭地位;(4)是否存在阻礙競爭者的經濟障礙。判定過程並非以上述之個別因素做為觀察的依據,調查者是衡量所有條件後,再決定該爭議性之行為,是否有違反休曼法第1條的可能。

合理原則處理的案子調查的起始點,在於確認被告的相關市場,亦即在處理程序上,首先評估引起爭議行為發生所處的相關產品市場與相關地理市場(Holmes 1986:155)。換言之,美國法院對有關限制行為問題的處理,特別是所謂的以合理原則處理的案子,適當市場界定的問題會因而出現,並且扮演著重要的角色。此時美國法院所採行的態度,是先做市場範圍的分析,與休曼法第2條規

範的獨占問題，和克萊頓第7條規範的結合問題，第一步為進行的市場界定分析是一樣的。更重要的是美國法院在有關獨占、結合的市場定義，與聯合行為所採行的市場定義是前後一致，採用相同的認定標準<sup>19</sup>。

## (二) 德國營業競爭限制防止法的規定

德國營業競爭限制防止法第1條明文規定涉及聯合行為的契約或決議，必需「藉限制競爭，足以影響市場關係」始達到違法條件。是故在研究「限制競爭」與「影響市場關係」之間的關聯，便成為德國限制競爭防止法上重要課題。學者們依據不同的意見提出下列三種不同的見解<sup>20</sup>：一是主張競爭者之間的限制競爭協議，必然會影響市場關係。此種主張類似於美國早期對聯合行為的處理態度，認為限制競爭之協議本質上為違法之行為。是故若競爭者之間存有協議，則不問其是否對市場之第三人產生某種最低程度的影響，則逕自認其為違法；第二種主張較為緩和，以協議必需造成其成員寡占或獨占之地位，有害於交易相對人之選擇可能，始認為影響了市場關係，被認為卡特爾。這種主張是以協議後造成市場上第三人有抽象的危險為條件；第三種主張比第二種主張更為慎重，以協議必需對市場的影響達到一定程度，致使顧客不在具有「可期待、適當的轉而他求之可能性」時才認定市場關係始受影響。第三種主張以為抽象危險並不足以構成市場關係的影響，必需由該協議有造成「具體危險」可能始成立。換言之，必需造成顧客在市場上自他企業取得相同或可替代之商品發生困難時，始謂市場關係受到影響。而第二種說法，則不待困難實際發生，只要有損及競爭之選擇可能，即認為市場關係受影響，二者的差別在此。

第一種主張對於聯合行為的認定，也許失之過嚴，第三種主張似乎又因要求要件過嚴，使認定失之過寬。所以第二種主張，以限制競爭之協議有害於交易相對人的選擇可能，是以抽象危險為要件，以事前防範限制競爭弊害為著眼點，似乎是較為適當的主張。

換言之，聯合行為係限制成員間的競爭具備對市場關係具有某種程度的影響即可。其次，所謂的程度，只要「足以」影響市場關係即可，不必等到市場關係真的受到影響，才認定其產生效果。

不可否認，要認定有「足以影響市場關係」的效果，必需對市場範圍有所瞭解。是故，相關市場範圍的界定寬窄，對於認定聯合行為是否足以影響一市場之市場關係，便有著關鍵性的地位。若相關市場被界定很大，則限制競爭約定產生的效果，必然顯得微不足道。例如：相關市場為全國性，而限制競爭之約定，只及於某地區鄉鎮，則該限制競爭行為，以全國性相關市場加以分析時，極可能出現限制競爭不足以影響市場關係之效果。是故被告通常均會殫精竭慮地主張相關市場很大，而原告相對的則主張很小，對法院或主管機關而言，公平而客觀的認定相關市場，便成為非常重要的工作<sup>21</sup>。

由以上分析，可以瞭解德國法院對聯合行為的管制，在決定限制競爭協議是否足以影響市場關係效果時，亦以相關市場為基礎，可見其採用的市場定義，與獨占、結合相同，應無疑慮。

## 二、垂直限制競爭行為市場定義與獨占、結合、聯合行為採用的市場定義

從前一小節的分析，可以瞭解美國、德國等先進國家，對聯合行為規範所採用的市場定義，與獨占結合所使用的市場定義是一樣的。垂直限制競爭管制，一般也需要借助市場定義判斷其行為是否合法，其採用的市場定義是否與獨占、結合、聯合行為採用的市場定義一樣呢？這是本小節研究的重心。

依據我國公平法施行細則第 24 條的規定，公平法第 19 條第 6 款垂直非價格限制競爭行為的態樣，可區分為搭售、獨家交易、限制地域、限制顧客和使用之限制，以及其他限制事業活動情形。在這些行為態樣中，搭售可能是最典型的垂直非價格限制行為，所以以下的分析，乃集中於美國法的搭售為研究對象<sup>22</sup>。

### (一) 美國相關法律規定

搭售的實施，可能會造成預先阻止（foreclose）競爭者參與被搭售產品市場的競爭，以及降低被搭售產品市場購買者的選擇機會<sup>23</sup>，因此可能對市場競爭產生不利的影響。但不可否認的搭售方式的設計本身亦具有正面的效果，如經濟效率的增加，所以多數國家並未絕對禁止事業搭售行為的施行。僅在該行為有明確妨害或不利市場競爭時方予干預，美國在這方面的立法亦不例外。

對於搭售行為的違法認定，美國 1985 年的垂直交易限制準則（guideline）規定其處理方式：一是使用搭售設計的事業，其在搭售產品的市場占有率小於或等於 30% 時，除非搭售設計明顯的限制被搭售產品市場之競爭<sup>24</sup>，否則司法部不加以干涉。二是若事業在搭售產品市場之市場占有率超過 30%，司法部仍需再考慮該事業在搭售產品市場是否擁有支配力量（dominant power），以及是否會對被搭售產品市場競爭產生重大的負面影響。可見採行搭售設計出售產品之事業，其行為是否違法，與其擁有的搭售產品市場地位有著密切的關係。

至此，亦可發現市場定義，在界定搭售行為是否涉及違法，再度扮演著重要的角色。然而規範搭售行為所使用的市場定義是否和休曼法第 1 條、第 2 條，所採用的市場定義完全一致呢？在美國法律並未明文規定，而在實務處理上的觀察是這樣的，判定採搭售行為之事業是否為違法常以其是否具有市場支配力量為判斷，一般以下列方式處理：一是搭售產品若具備有專利權或著作權，則推定該事業在搭售產品市場之生產、銷售或製造擁有市場力量<sup>25</sup>。其次是以消費者對搭售產品之喜好程度或搭售產品本身的獨特性質（unique attributes），做為判斷基礎；最後是以具有支配的市場占有率（dominant market share）為判斷的基礎<sup>26</sup>。

另外從實務上的領導個案（leading case），例如：IBM Corporation v. United States (1936) 一案，搭售產品為 IBM 電腦；Internation

tional Salt Company v. United States (1947) 搭售產品為使用鹽巴的機器；Northern Pacific Railway Company v. United States (1958) 的搭售產品為特定地區土地；Tefferson Parish Hospital District No 2 v. Hyde (1984) 的搭售為醫療服務，似乎並未遵照休曼法第 1 條（限制競爭）、休曼法第 2 條（獨占）、克萊頓法第 7 條（結合）處理程序，先界定市場，而從其討論市場占有率時似乎是以某一地區之市場為範圍，未討論相關地理市場。顯然搭售行為所要求的市場占有率中的「市場」只是一般粗略的市場認定，與獨占、結合、聯合行為規範時的相關市場，可能有所差別。

是故，由以上美國法律規定及實務運作上的觀察，應可以理解在搭售行為的規範，美國主管機關採用的「市場定義」，應與獨占、結合、聯合行為有所不同，在搭售所採用的市場可能只是指某種單一產品，區域性地理為範圍所構的市場，與前面相關市場的定義可能有別<sup>27</sup>。

## （二）英國相關法律規定

對於獨占的控制，英國制定了公平交易法 (Fair Trade Act) (1973)；對於水平限制行為 (Horizontal Restrictive Practice) 的管制，則在 1976 制定的限制交易行為法 (Restrictive Trade Practices Act)，對於反競爭行為 (anticompetitive practices)，則以 1980 年的競爭法 (Competition Act) 加以規範。對於反競爭行為的規範，英國和美國管理的方式不同，英國並不在法律上禁止特定形式 (specific form) 的反競爭行為，相反的美國法律認為某些經濟行為本質上即有反競爭特質明文加以禁止。例如：克萊頓法第 2 條的羅賓遜——派德曼法 (Robinson - Patman Act)，對差別待遇的禁止；第 3 條則禁止搭售行為。所以討論垂直限制競爭時，英國的法律規定並不以特定行為如搭售為對象，而是以一般反競爭行為為對象。

英國競爭法採用的市場定義，與管制獨占的公平交易法的市場定義<sup>28</sup>最大的不同，在於前者一般將市場定義於地區性地理市場。

至於相關產品市場的定義則採和獨占市場情形相同的做法，仍以替代性為其基礎，但在地理市場的界定，則常以英國若干地區為其市場範圍，較獨占管制採用的市場定義窄 (Frazer, 1989:201)。

在反競爭行為管制採用的市場定義較窄的說法，可在英國的競爭法實務獲得證明。在有關於配銷區域的案子，Sheffield Newspapers (1981), Scottish and Universal Newspapers (1983)，和 Essex County Newspapers (1983) 三個案子，都以小地理區域考慮廠商的市場力量 (market strength)，因為在該小地理市場區域外，涉案廠商只有微弱的市場占有率。另外在加盟 (franchise) 案子，亦以地方加盟為考慮的對象，這些案子包括 British Railways Board — Brighton Central Station (1982)，和 British Airports Authority — Gatwick Airport (1984)。兩個以服務為主的案子 London Electricity Board (1982)，Thames Television (1984)，因為該項服務僅提供於倫敦地區，所以以倫敦地區為其地理市場。但也有些案子，公平交易會理事長 (Director General of Fair Trade) 將其行為同時適用於全國性和地域性區域，如 Arthur Sanderson (1981) 的案子<sup>29</sup>。

至於相關產品市場，英國法律規定與實務，似乎也 and 美國相似，常以特定之產品形成相關產品市場，可見英國在反競爭行為管制時所採的市場定義，和獨占、結合、限制競爭行為所採用的市場定義可能並不相同。

### 三、小結

從以上先進國家如美國、德國相關法律規定與實務資料的分析，可以瞭解獨占結合所採用的市場定義，與水平限制競爭 (即我國之聯合行為) 所採用的市場定義是相互一致並無差別。相對的在垂直非價格限制競爭的管制，美、英兩國不管法律與實務判例，也在在顯示其採行的市場定義角度與前面獨占結合和聯合行為的市場定義不同，表示法律或實務對市場定義的界定有不同的差別待遇。

按照管制行爲懲處嚴厲的程度，也許可以解釋美國實務對不同行爲採行不同市場定義的理由，獨占結合與水平限制競爭由於法律上規定有刑罰，依據法律之比例原則，必須特別慎重，以在界定市場時就特別嚴謹，以相關市場爲分析的基礎。相反的，像搭售一樣的反競爭行爲，由於沒有刑罰的規定<sup>30</sup>，所以遇到市場界定的問題時，即以粗略的市場定義出發，一般並沒有做嚴謹的市場分析。相對的以行爲管制是否涉有刑事處罰解釋對不同行爲的市場定義採嚴或寬，在英國法律又不適用，因爲英國獨占、結合和限制競爭行爲的管制，均以行政罰爲管制手段。

另外從以上的研究也發現市場定義前後不一致，可以使法律對經濟行爲的管制，產生了差別待遇的效果。以較嚴格市場定義應用於獨占、結合、和水平限制競爭行爲，而用較粗略的市場定義應用於反競爭行爲（或垂直非價格限制競爭行爲），將對反競爭行爲不利。以行爲對市場競爭產生的危害而言<sup>31</sup>，這種處理方式似乎與其立法管制經濟行爲的精神相違背。

## 陸、結論與建議

### 一、結論

市場定義在公平法的執行上，所扮演的角色與所占有的地位，即使不是唯一最重要的，也是最重要中的一項工作，從公平法母法和施行細則對「市場」出現的統計，以及其對各種不同規範行爲所扮演的角色分析，即可明確瞭解市場概念在公平法執行的關鍵性地位。

遺憾的，「市場」固然是經濟學理上的重要概念，但將其直接應用經濟管制的實務上，捉襟見肘的窘態立即顯露無遺。因應實務需要，基於基本學理所發展出來的反托拉斯市場分析，雖然澄清若干簡單易解的問題，但是對於如何界定市場相關產品市場和相關地



理市場，在理論或實務上仍存在許多尚待解決的困難，這是市場定義應用於公平法上的第一項難題。

面對不同經濟行為的管制，公平法所採行的市場定義是否需要前後一致，以符合法律名詞內涵前後相同的原則，是市場定義應用於公平法上的第二個困難。依據我國公平法的立場，基本上可以發現，「市場」在獨占、結合的管制上是採相同的定義，但在聯合行為的母法上似乎未涉及市場定義問題，僅在施行細則上提及，二者的市場定義應否採一致之定義並未明確的規定。至於垂直非價格限制競爭所採用的「市場」應如何界定，法律上也未明文規定，應否與公平法第二章獨占結合聯合行為的市場定義相同，不得而知。市場定義若前後不一致，可能使未來公平法的執法帶來許多困難，特別是在我國獨占事業採行事前公告方式的情形下，尤其可能產生爭議性的問題，因為獨占事業的公告，主管機關必須先界定產品的市場範圍，等於由主管機關事先宣告某特定產品的市場範圍。但在採行聯合行為的處分時，主管機關又另取一市場標準，等於對被處分人採行不同的標準，有差別待遇之嫌。例如：金融市場在獨占之管制時，以台灣地區為一地理市場範圍，一旦對聯合行為進行規範時，又以高雄地區為地理市場範圍，似乎市場力量有如變形蟲，可隨主管機關的主觀意識的改變，如此做法可能不符法律的比例原則，因為獨占力之濫用與聯合行為之違反在公平法第 35 條的處罰規定均處當事人有期徒刑三年。而且依常理而論，獨占力濫用可能涉及的市場，與聯合行為可能造成限制競爭不利的市場應為一致。而公平會對獨占事業名單的公告，即可能造成市場範圍的僵固性，使其對聯合行為的管制增加不利的束縛。根據目前公平法對花蓮蛋商與高雄信用合作社的處分案，其問題已隱然若現，主管機關不能不查。回顧西方先進國家對反托拉斯法的立法與其實務上的執行，所獲得的結論大致為：聯合行為（水平限制競爭）與獨占、結合行為管制採用的市場定義是一致的；相反的，反競爭行為規範採用的市場定義，和前者並不相同。而且前者行為規範依據的市場定義，基

本較為粗略與任意。這種對市場定義採行不同處理態度，與其市場行為與危害市場競爭的可能比例，似乎並不一致。

## 二、建議

由以上分析所提兩種困境：第一項難題所涉及的問題較廣，可能無法提出立即解決之道，不過它的存在可提醒經濟學者，若為解決實務上的問題，似乎應多投入一些時間，對該項難題提出可行的方法。

至於第二項的困難，本文則認為對公平法的執行可獲下列之啓示：

第一，應參酌先進國家的做法，將聯合行為的市場定義與獨占、結合採行相同定義，不應有寬嚴之分。

第二，市場定義一致性的分析結果，再度凸顯事前公告制度的廢止，實有其必要性與急迫性，因為不事前公告即可自動化解產生市場定義不一致性的危機，也可以使聯合行為的市場定義有更大彈性空間，不致事事受到掣肘。

第三，為使聯合行為市場定義與獨占、結合所採用的定義一致，短期可由儘量配合公告制度所揭示的市場範圍，以及最後修改公告制度著手。長期根本之計應由聯合行為母法修法上著手，例如在公平法第7條聯合行為的定義加上特定市場的字眼：「本法所稱聯合行為，謂事業以契約、協議或其他方式之合意，與『特定市場』有競爭關係之他事業共同決定商品或服務之價格……。」使聯合行為的市場定義在條文上立即明確表示與獨占的特定市場相同，以符前後一致。

第四，對於第19條第6款的垂直非價格限制競爭行為的規範，所採行的市場定義，應可參酌西方國家的借鏡，將其簡單化及地區化，以減少執行成本。但在粗略與簡化的過程，務必僅守有效競爭市場為反托拉斯法規範的精神，決定市場範圍仍應考量是否有其替代品的可能，不應僵固的以一產品即組成其相關產品市場，否則很

容易造成對危害不大的反競爭行爲，因採簡化市場定義反而變成以較嚴厲態度規範。

## 註 釋

- 1 公平交易法於民國 80 年 2 月 4 日通過以後，有一年的緩衝期，到民國 81 年 2 月 4 日才正式開始施行，但獨占事業的公告，一直延至民國 82 年 2 月 4 日施法一年才得以完成。換言之，公平法施行的前一年當中，由於獨占事業並未公告，所以獨占的管制並未施行。之所以獨占事業的公告會延遲那麼久，主要的原因是主管機關公平會對市場範圍界定遭遇實務的困難。
- 2 這裏是指 81 年 8 月 30 日對花蓮蛋商的聯合行爲處分與 81 年 9 月 10 日對高雄地區信用合作社的共同決定利率聯合行爲的處分。
- 3 公平法的立法，第 3 章雖然稱爲不公平競爭，事實上其中除第 19 條第 5 款有關營業機密的部份外，亦多屬於反托拉斯法管制的範圍，所以此處直接採用反托拉斯法以爲說明。而且由本小節的說明，也可發覺第 20 條的仿冒，第 21 條的虛偽不實或引人錯誤之廣告，第 22 條的損害他人營業信譽，第 23 條多層次傳銷，以及第 24 條的欺罔顯失公平，借助於市場概念的比例似乎就較少。
- 4 當然市場占有率並非獨占事業的唯一認定標準，施行細則第 3 條已有明確之規定，市場占有率只是其中的一項考慮因素。而且除此之外，主管單位仍可依據事業設立或事業所提供之商品或服務進入特定市場受法令、技術之限制或有其他足以影響市場供需可排除競爭能力之情事者，對事業做獨占之認定。
- 5 這裡所要強調的並非純粹經濟分析從不討論產品間的關係，而是在定義市場時，對產品間關係的重視可能未能完全符合反托拉斯管制時，所需的市場定義。例如：在討論肉類市場時，到底要不

要把魚肉也包含於牛肉、豬肉、雞肉等畜產肉類市場之內，在傳統經濟分析時，市場研究著重的可能是魚肉價格要不要放入雞肉需求函數、牛肉需求函數或豬肉需求函數。但反托拉斯研究的領域，所關心的問題在於是這些肉產品是否具備密切替代，具有密切交互競爭作用，迎合消費者的需求，應被包含於同一個市場之內。其次談到空間因素，固然在空間經濟的領域當中，特別強調空間對市場形成造成的種種影響，但就一般的經濟分析，卻是常假定廠商的市場並不具備嚴格的空間概念，使廠商存於虛無飄渺間。

- 6 見 Boumol, W.J., John C. Panzar, and Robert D. Willig. (1982)
- 7 所謂的沉入成本，是指當廠商退出市場，原先投入該市場的資本或投資，無法移作他用，因而造成無法回收的損失情形。
- 8 以交叉彈性衡量判斷產品是否為同一市場並不如表面上看起來簡單。經濟理論固然明顯標示交叉彈性為正時，二產品屬於替代品，但是就反托拉斯市場的研究，可能面臨交叉彈性要多大時，才能確認二者在市場存在競爭關係，此外交叉彈性值還具備不對稱性  $\epsilon_{xy} \neq \epsilon_{yx}$ ，而且還可能產生門檻效果，有興趣讀者可閱讀莊春發(81年)「論市場範圍的界定」，法商學報第26期，p.119-121 部份。
- 9 莊春發(1992:133-134)
- 10 不管相關產品市場所提的需求交叉彈性分析、產品價格變動相關分析、產品銷售型態分析，以及地理市場研究提出的價格相關分析、迴歸分析、或因果檢定法，以及產品銷售比例檢定法，都有其本身不能解決的限制。即使是美國法院提出的5%上升檢定法，或 Boyer 提出的理想性很高的最適卡特爾法，在應用上都很難，不能做大規模的使用，只能適用於個案上的分析，這點即無法滿足我國現階段立法，由主管機關公布獨占事業或市場占有率20%以上廠商，必需事前大量作業的要求。

- 11 有關市場界定各種方法的優缺點，及其使用上的限制，請參考莊春發(1992: 120-121;137-138)
- 12 之所以只討論反托拉斯法法域的部份，是因為市場定義的應用，(從表一和表二的統計資料，可以發現只及於反托拉斯法域的部份。對於仿冒(第 20 條)、虛偽不實或引人錯誤(第 21 條)，散布不實情事(第 22 條)、多層次傳銷(第 23 條)、欺罔或顯失公平(第 24 條)等真正不公平競爭的規範，市場定義的重要性，並未扮演關鍵性的角色。
- 13 這點在英國的立法特別清楚和明顯，目前英國的反托拉斯法由：(1)公平交易法(Fair Trade Act, 1973)，(2)競爭法(Competition Act, 1980)，(3)限制交易行為法(Restricted Trade Practices Act, 1976)，(4)轉售價格法(Resale Price Act, 1976)所組成。前兩者基本是以規範獨占和結合兩項經濟活動，而後者則對限制競爭之行為加以管制。
- 14 見公平交易法第 10 條的立法說明。
- 15 根據公平會委託研究，市場範圍界定可能因為時間迫切，或因資料不易取得的緣故，在地理市場一般是以全台灣地區為一地理市場範圍，與英國獨占結合委員會將英國全國視為一地理市場相似(Frazer, 1989)，在界定市場範圍採下列四原則為界定的標準：(1)根據財政部編印之「中華民國稅務行業標準分類」以六位數字分類為基準，將可互相替代者併歸同一市場；(2)一般特定行業所經常同時經營之業務視為同一市場；(3)不同經營型態之行業所提供之服務具有相同或類似效用者，應屬同一市場範圍；(4)一家公司經營多項業務者，倘經營之服務不具替代性，應劃歸不同市場。
- 16 按道理市場定義在不同行為規範有所不同，應以經濟理論加以說明，但在西方各國的實際執法過程，已將此種區別表現出來，在其執法過程不同的背後應有其理論基礎，本文並不以此為研究主

題，故只以現行各國執法情況為分析，並引為國內執法之參考。

- 17 早期的 *United States v. Trans-Missouri Freight Ass'n*(1897) 鐵路公司判定統一價格 (price fixing)，*United States v. Joint Traffic Ass'n* (1898) 案制定統一費率為違法，*United States v. Addyston Pipe & Steel Co.*(1899) 一案，最高法院亦贊同第 6 巡迴法院的見解，認為企業統一價格與劃分市場為不合法。*Standard Oil Co.v. United States* (1918) 一案，美國最高法院建立唯有不合理的限制 (unreasonable restraint) 才受休曼法第 1 條的限制。隨後才在 *Chicago Board of Trade v. United States* (1918) 一案，由最高法院法官 Brande's 建立合理原則 (rule of reason) 的判例，不再將所有限制行為視為違法休曼法第 1 條。
- 18 即使是統一訂價的案子，在美國目前仍然有以合理原則處理的案子。這些案子有 *Broadcast Music, Inc.v. Columbia Broadcasting System, Inc*(1979); *Arizona v.Maricopa County Medical Society* (1980); *National Collegiate Athletic Association v. Board of Regents, University of Oklahoma* (1984)。見 Kalinovsky (1990) Chapter 6A.
- 19 Kolinovsky (1990:6-55) 中亦認為，在判定限制行為的合理性，相關市場為其重要因素，而且相關市場的認定標準與休曼法第 2 條 (獨占)，克萊頓法第 3 條 (搭售) 和第 7 條 (結合) 的標準相同。
- 20 以下三種不同學說均參考吳秀明 (1976:67-77)
- 21 見吳秀明 (1976:49-50)
- 22 以下有關英國的分析，則擴充到反競爭 (anticompetition) 行為，以配銷行為為分析對象。
- 23 經濟學者一般以此兩種不利競爭之效果微不足道，相對的因搭售

為事業帶來行銷效率的正面效果，可能大於前者的效果，認為司法部門如此大刑伺候搭售行為，似乎不值得，有也點小題大做，例如：Blair and Kaserman (1985:404-405) 以及 Carlton and Perloff (1990:772-773) 即採此看法。

- 24 所謂的被搭售產品市場明顯的限制，一般是指被搭售產品市場的銷售值或數量，而且其在實務上標準並不一定。例如：在 IBM (1936) 一案，被搭售產品列表卡之交易量每年 300 萬美元，法院認定其將造成實質上減低市場競爭。但在 International Salt Company v. United States (1947) 一案，被搭售產品鹽的銷售額為 50 萬，法院亦認定其具有排除其他競爭產品的可能。
- 25 早期有些案子將具有商標的搭售產品視為具有充份的經濟力量 (sufficient economic power)，但後來經過檢定這些產品，其顯現的市場力量並不充份，以後的案子已逐漸將有商標的搭售產品，不再視為有充份之經濟力量。見 Hovenkemp (1985:217)
- 26 根據公平交易委員會籌備處業務工作報告，搭售產品市場的市場支配力的判斷，係採參考獨占事業市場占有率之標準。目前依據公平交易法施行細則第 4 條規定，一事業市場占有率超過 50% 者認定為獨占事業。
- 27 從搭售的本質，是事業以某一產品為出發要求購買該產品的買方，同時購買另一產品為同意出售的條件，可想見銷售產品市場應侷限於較為狹窄以單一產品組成的相關產品市場，可能也以地區性地理市場為範圍構成相關地理市場，和有明確意義的反托拉斯市場可能有一段距離。
- 28 對於英國相關地理市場在獨占案例的認定，大都以全英國為範圍。市場占有率以在英國供應相關產品的 1 / 4 為認定標準見 T.Frazer(1989:18-19)
- 29 以上分析見 Frazer (1989:201)

- 30 克萊頓法第 3 條係對搭售規範，但克萊頓法所規範的行為並無刑事處罰。
- 31 根據經濟分析大多數反競爭行為，如搭售、獨家交易安排，對市場競爭的影響，有正面效果和反面效果，除非能夠衡量出正負面的相對效果，否則很難認定某類行為對市場競爭為正或為負。相對的獨占、聯合行為對市場競爭的促進產生的負面效果，方向一般較為確定。

## 參考資料

吳秀明

- 1986 「論卡特爾之法律規範」，國立政治大學法律研究所碩士論文。

莊春發

- 1990 「從市場定義檢討公平交易法草案有關獨占的認定與結合的管制」，*經濟研究* 30:127-175。

莊春發

- 1991 市場壟斷力的研究：兼論其在公平交易法應用的合理性。台北：中國經濟月刊社。

莊春發

- 1992 「論市場範圍的界定」，*中興法商學報* 26:105-146。

Asch, P.

- 1984 *Economic Theory and The Antitrust Dilemma*. Florida: Robert E.Krieger Publishing Company.

Blair, B.D. and D.L. Kaserman

- 1985 *Antitrust Economics*. Homewood. Illinois: Richard, D. Erwin Inc.



- Baumol, W.J., J. Panzar and R.D. Willig  
1982 *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Carlton, D.W. & I.M. Perloff  
1990 *Modern Industrial Organization*. London: Scott, Foresman and Company.
- Coate, M.B.  
1986 "Analysis of Three Approaches to Market Definition,"  
In Zabe Richard O. Jr. (ed), *Research in Law and Economics* 9. London: JAI Press Inc.
- Crane, S.E. and P.J. Welch  
1990 "The Problem of Geographic Market Definition: Geographic Promity V.S. Economic Significance,"  
*Austrian Economic Journal* 25(2):12-20.
- Frazer, T.  
1989 *Monopoly Competition and The Law*. New York: Wheatsheaf Books.
- Heidenhain, M. & H. Schneider  
1991 *German Antitrust Law: An Introduction to the German Antitrust Law with German Text and Synoptic English Translation of the Act Against Restriaints of Competition*. Frankkfurt An Main: Fritz Knapp Verlag.
- Holmes, W.C.  
1986 *Antitrust Law HandBook*. New York: Clark Boardman Co. Ltd.
- Horowitz, I.

- 1981 "Market Definition in Antitrust Analysis: A Regression Based Approach," *Southern Economic Journal* 48:1-16.
- Hovenkamp, H.  
1985 *Economics and Federal Antitrust Law*. Minnesota: West Publishing Co.
- Kalinovoski, R.  
1990 *Antitrust Laws and Trade Regulation*. New York: Matthew Bender Co.
- Mansfield, F.  
1989 *Microeconomics*. New York: Norton Company.
- Marcus, P.  
1980 *Antitrust Law and Practice*. Minnesota: West Publishing Co.
- Martin, S.  
1988 *Industrial Economics: Economic Analysis and Public Policy*. New York: MacMillan Company.
- Raybould, D.M. and Firth A.  
1991 *Law of Monopolies: Competition Law and Practice in the USA, EEC, Germany and the U.K.*. London: Graham & Trotman.
- Scheffman, D.T. and P.T Spiller  
1987 "Geographic Market Definition Under U.S. Department of Justice Merger Guidelines," *Journal of Law and Economics* 15:123-147.
- Sherer, F.M. and D. Ross  
1990 *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Stigler, G.

1982 *The Economist as Preacher and Other Essays*. Chicago:  
The University of Chicago Press.

## 總體失衡與個體調整： 台灣在80年代的經驗

薛琦\*

「人們在面臨需要時才會接受改變，而在危機來臨時才體認需要」<sup>1</sup>

### 壹、前言

台灣在過去四十年的發展過程中，大約可以分成四個階段，每個階段各有特色。譬如：50年代的進口代替，或內向型的發展；60年代的出口代替，或出口擴張；70年代則有人稱之為剩餘勞動消失後出口持續擴張時期，(post labor surplus and continued export promotion) 或第二次進口替代時期 (Ranis 1979, Schive 1987, Schive and Kao, 1986)。到了80年代，台灣總體經濟很明顯呈現出一種失衡的現象。表現在對外經濟關係上的是貿易的大量出超，表現在對內關係上的則是超額儲蓄的擴大，或有效投資的不足。本研究的目的並不在探討造成這失衡的原因 (Schive, 1987, 1993; Chen, 1990)，而是試圖指出或分析在總體失衡現象已經出現後，台灣的經濟是如何展開一連串的調整過程，尤其是透過新台幣匯率的大幅升值對製造業的生產、出口以及產業結構等所造成的衝擊。

本文共分成五節。在第一節前言之後，第二節擬針對晚近描述總體經濟失衡分析的荷蘭病 (Dutch disease) 模型，先做一文獻回顧，據以判斷台灣是否得到了荷蘭病，以及台灣的製造業如何進行

---

\* 行政院經建會副主委

調整的分析。第三節將針對製造業結構的改變，勞動的流失，以及這兩項改變如何影響勞動生產力等做初步的探討，同時論及製造業在這段期間勞動職業別結構的變化。第四節將檢視製造業出口產品品質變動的情形，觀察有那些產業以提高出口產品品質來因應匯率的升值，以及此一措施是否受產業特性的影響。最後一節是結語。

## 貳、台灣 1980 年代的經濟與荷蘭病

### 一、台灣 80 年代的貿易失衡

台灣在 1980 年代經濟的平均成長率達 7.9%，雖然略低於前期 9.9% 的成長率，但也十分醒目。在總體經濟上與前期比較最大的不同就是長期大量的貿易盈餘以及超額儲蓄。表一的資料指出，在 1980 年台灣受到第二次能源危機的影響，對外貿易出現赤字，約占 GNP 的 1.2%。但是在此之後，出口占 GNP 的比例緩慢上升，1986 年達到了 56.7% 的高峰，然後開始下降，1991 年該比例為 47.0%。

同一時期，若觀察進口占 GNP 比例的變動情形，則趨勢與出口占 GNP 的比例正好相反。該比例從 1980 年之後即一路下降，到了 1986 年到達谷底，只有 37.4%，然後緩慢回升到 1991 年的 42.2%。這一來一往的變化使台灣貿易順差占 GNP 的比例從 1980 年開始一路攀升，1986 年該比例高達 19.3%，然後才開始下降。檢討戰後開發中國家的經驗，除了少數產油國在能源危機發生時，因受到石油價格大幅上漲的影響，一度也出現大量的出口順差外，未見其他國家有類似的例子。日本也是經常有大量貿易盈餘的國家，但是在 80 年代初期，其貿易順差占 GNP 比例最高時，也僅達 4% 而已。台灣不出口自然資源，但相對於 GNP 卻產生如此鉅額貿易上的不平衡，是一個非常突出、獨特的現象。

表一：台灣的貿易失衡，1980-91

單位：%

年代	(1) 出口/GNP	(2) 進口/GNP	(3) 貿易差額 (1)-(2)
1980	52.6	53.8	-1.2
1981	52.2	50.2	2.0
1982	50.2	45.0	5.2
1983	53.0	44.4	8.6
1984	55.6	44.5	11.1
1985	53.3	39.8	13.5
1986	56.7	37.4	19.3
1987	56.4	39.3	13.1
1988	53.4	42.6	10.8
1989	49.2	41.6	7.6
1990	46.5	40.7	5.8
1991	47.0	42.2	4.8

資料來源：中華民國台灣地區國民經濟動向統計季報，  
(行政院主計處，各期)。

## 二、荷蘭病<sup>2</sup>

荷蘭病一詞文獻上首見英國經濟學人週刊(1977年11月26日)的用語，大意是指荷蘭在第一次能源危機發生後，因出口北海天然氣及石油煉製品，導致貿易順差，但卻使本國貨幣(guilder)升值，削弱了國內其他產品的國際競爭力，且降低就業水準。此外，貿易的盈餘也使政府的福利支出增加，產生物價上漲的壓力。後

來，這種出口強勁，但卻對國內經濟產生不利影響的矛盾現象就被稱為荷蘭病。

事實上，荷蘭病並非只發生在荷蘭。早在 1931 年，M. Manoilescu 就曾指出，當時來自工業國的大企業在開發中國家投資許多原料、採礦業，並用於出口，他們往往支付較高的工資，超過了勞動的真實社會成本 (real social cost)，對其他產業帶來不利的影響。這種工資偏離市場工資的情形後來被稱為 Manoilescu wage (Lewis, 1984)。同樣的情形後來在牙買加因大量開採鋁礬土出口，帶來了工資的上漲，進而產生失業 (Lewis, 1964)。委內瑞拉則因大量出口石油，也產生類似的情形 (Seers, 1964)。

事實上，在「荷蘭病」這名詞還未出現以前，不但在開發中國家就已觀察到大量出口資源對本國經濟會產生負作用，就是在高所得國家，如澳洲，在 1970 及 80 年代初期也發生類同的情況。Gregory (1976) 曾分析澳洲因大量出口礦產品，產生了兩種效果：支出效果 (spending effect) 與要素效果 (factor effect)。前者使物價、工資上升；後者則使非礦業部門資源移出，勞力供給不足，削弱了出口競爭力。後來有關「荷蘭病」的模型就大致延續此一分析架構，所以有關荷蘭病的分析又被稱為「Gregory 效果」。

到了 80 年代，有關「荷蘭病」的文獻如雨後春筍，吸引了許多學者的興趣和加入討論。Kremers (1985) 就直接分析了在荷蘭的「荷蘭病」。在支出效果方面，荷蘭政府約獲得出口北海天然氣四分之三的收入，因此政府支出大增，物價上漲，結果使製造業的生產及出口減少。在 70 年代荷蘭製造業就業占全體就業比例下降了 23.7%，而西德在同一時期只下降了 8%。

有關「荷蘭病」在各別國家的分析還包括了挪威、英國、加拿大等。在開發中國家則有印度、埃及、喀麥隆、哥倫比亞、菲律賓、厄瓜多爾等 (金紹富，民 81 年)。Petri (1989) 研究了東亞國家，包括台灣如何藉資本的移動來解決荷蘭病的問題。Schive (1994) 則初步探討台灣如何藉對外投資，引進自動化，提高產品品

質等方法，解決貿易出超的問題。（詳見下節分析）。

在 80 年代有多篇探討「荷蘭病」理論的文章。這類模型通常包括三個部門：能源（或出口）、製造業及服務業（非貿易財）。能源出口增加可來自外生的價格變動，或技術變動 (Corden and Neavy, 1982)。短期的支出及資源移動效果都會減少製造業的產出、就業及出口，產生逆工業化或工業退化的現象 (deindustrialization)。其他的分析，有加入貨幣因素的，如 Neavy and Purvis (1982)，或假設國內價格具僵硬性，見 Buiter and Purvis (1983)，以及工資向下調整的僵硬性與財富效果等，見 Ender and Herberg (1983)。

表二：製造業以美元表示單位勞動成本國際比較，1980-89

單位：%

年	台灣	日本	韓國	美國	西德
1980	87	107	104	87	124
1981	97	114	100	94	104
1982	100	100	100	100	100
1983	97	103	94	98	95
1984	108	99	90	96	86
1985	112	97	88	97	85
1986	127	142	83	97	120
1987	160	157	91	94	156
1988	170	173	112	92	160
1989	192	161	153	93	150

資料來源：Monthly Labor Review, (美國勞工部，勞工統計局)。  
 薪資與生產力統計月報，(行政院主計處)。轉引自陳博志，朱正中 (民國七十八年)。

Jones, Neavy and Ruane (1987) 首次結合了資本移動與荷蘭病的關係。1984 年 Corden (1984) 發表「Booming Sector and Dutch Disease Economics: Survey and Consolidation」一文，可能為這方面最為完整的論文。他補充荷蘭病的現象有：(1) 出口減少的不只是製造業，農產品出口也會減少；(2) 製造業中仍有些產業會增加生

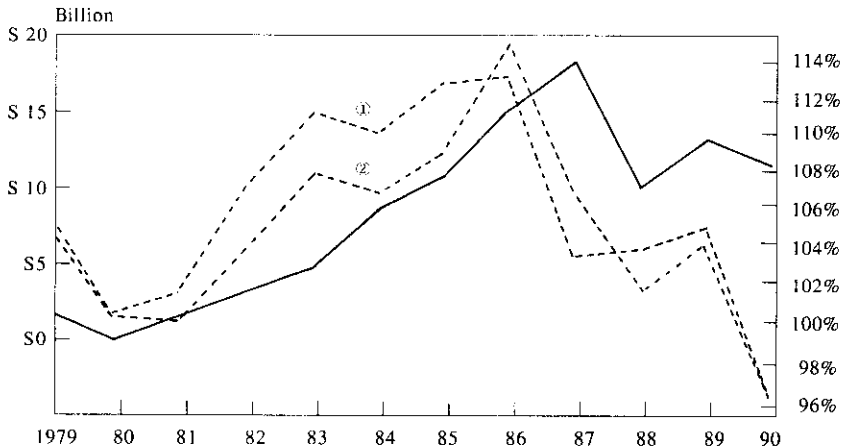


產；(3)若考慮資本移動，製造業產出會減少更多；(4)若可引進外來勞工，則要素移動效果會減弱；(5)製造業價格上漲雖不利出口，但可改善貿易條件，提高本國福利；(6)若實質工資或名目工資具僵硬性，則會產生古典或凱恩斯型的失業；(7)在政策涵意上，以產業補貼效果較佳，因為若壓低匯率，將導致外匯不必要的累積；提高關稅保護，則不能解決問題。

### 三、台灣 1980 年代產業的調整<sup>3</sup>

台灣在 1980 年代貿易的失衡，主要是受匯率政策的影響。圖一 是以虛線代表新台幣實質有效匯率倒數，分別以主要貿易夥伴貿易總額以及出口金額加權兩條本國產品的國際競爭力曲線，實線則代表貿易差額。在 1980 年代的前半期，新台幣匯率低估，顯然有利於

圖一：貿易順差與實質有效匯率，1979-90



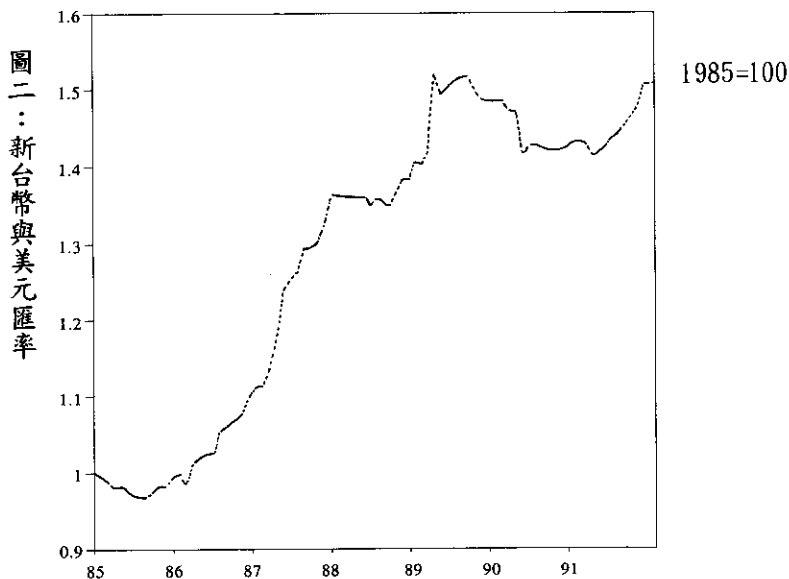
—— 貿易順差 ① --- (REER)實質有效匯率之倒數(出口加權)  
 ② --- REER(貿易量加權)

資料來源：1. *Taiwan Statistics Data Book*, 1991 (Council for Economic Planning and Development R.O.C.)

2. 洪麗春，「新台幣實質有效匯率之研究」1988中國經濟學會年會論文集；後讀資料每取自同一作者。

本國產品的輸出，因此產生順差，而 1986 年以後新台幣匯率的向上調整，才使得貿易順差的幅度減小。此外，圖中還可觀察到匯率變動有領先貿易變動的情形。至於到了 1980 年代的後期，當新台幣實質有效匯率接近甚至超過了 1980 年的水準，但貿易順差的缺口並未完全消除，這可能與台灣在 1980 年代後期已有大量的資本流出，而外匯市場上供需已不完全由進出口貿易所左右，或國內非貿易財價格大幅上漲，但並未完全反應在躉售物價上，因此雖然實質有效匯率到了後期已回到 1980 年的水準，但仍有貿易順差。<sup>4, 5</sup>

新台幣名目匯率變動的情形，見圖二。以 1986 年 1 月做基期，到了 1989 年初時，新台幣匯率升幅超過了 50%。這樣大幅的升值對國內的出口產業，尤其是勞力密集的出口產業帶來很大的衝擊。具體的例證是從 1986 年開始，台灣製造業以美元表示的單位勞動成本大幅跳升。到了 1989 年，台灣以美元計算的單位勞動成本升幅（以 1982 年做基期）超過了日本、韓國、美國與西德。在所有可查的資料中，台灣的升幅高居首位。<sup>6</sup>



新台幣鉅幅的升值預期對產業會產生明顯的影響。國內製造業廠商為適應這新的情勢，必然採行下列的因應方法：(1) 推行生產自動化，以節省勞力；(2) 提高產品品質，以維持對外競爭力；(3) 對外投資，降低勞動成本；(4) 引進外來勞工，解決工資上漲所帶來勞力不足的問題。當這些方法都不足以發揮作用時，則廠商只有結束生產一途。以下分別就前三項產業調整情形，進行分析。

生產自動化或自動化產業是一個晚近常聽到的名詞，雖然學者對何謂自動化彼此之間的意見並不一致<sup>7</sup>，但是從經濟的觀點，可從兩個大原則著手；(1) 自動化就是資本化，或資本深化 (capital deepening) 的生產過程，其目的在以資本取代勞力；(2) 生產自動化可以看成是一種技術進步，而且有很明顯的學習效果 (Schive and Chen, 1990)。前者可利用每人配置的機器設備來衡量生產自動化的程度；後者則指出推行自動化並非一蹴可及，它需要時間學習，才能看到效果。

表三列出了兩套統計資料，顯示在 1980 年代國內五大產業推行自動化的情形。若以自動化機器占所有機器的比重來衡量生產自動化的程度，則以食品業最高，這以該業生產方法單純、多重覆動作、容易自動化有關。但正因為如此，該業在觀察期間內 (1983-87)，自動化進展的情形有限。生產自動化進展最快的產業是塑膠製品，該業在 1981 年自動化機器數目占全部機器的比值只有 8%，87 年時跳升到 41%。在每人使用自動化設備值方面，1985 年為 13.1 萬元，1989 年躍增為 57.4 萬元，四年之間增加了 3.38 倍。紡織、電子與機械業在自動化機器比例提升方面，幅度相當，介於 1.2 到 1.6 倍之間；在每人配置自動化設備值方面，四年之間則除了機械業增幅不明顯外，電子與紡織增幅分別為 1 倍及 1.6 倍。這兩項生產自動化指標雖然粗糙，且每次採樣母體也不完全相同，但仍清楚指出在 1980 年代，尤其是後期，國內產業在推動生產自動化的步伐上速度加快，態度積極。

表三：台灣製造業生產自動化程度，1982-86

年	自動化機器比例 (%)					自動化機器比例 (新台幣萬元/人)				
	食品	紡織	塑膠製品	機械	電子	食品	紡織	塑膠製品	機械	電子
1981	--	29	8	21	27	--	--	--	--	--
1983	66	24	10	28	38	--	--	--	--	--
1985	56	55	26	36	46	20.3	28.4	13.1	36.0	15.8
1987	73	65	41	55	59	35.7	36.9	20.5	34.9	24.1
1989	--	--	--	--	--	29.1	64.1	57.4	34.7	31.0

資料來源：生產自動化調查報告（民國七十一，七十三，七十五，七十七，七十九年）。

說明：1. 自動化機器指一部機器能在完成一個工作週期內不需人工照顧。

2. 第五次自動化調整，因改變自動化機器定義，故無法與前期比較。

針對新台幣匯率上漲，國內產業可採行的第二個因應方法是對外投資。國內過去對外投資的資料一向不完整，規模不會很大，尤缺中小企業。(Schive, 1990) 可是表四的資料明顯地指出，近五年內台商在東南亞國家的投資不但金額可觀，而且家數眾多。尤其值得注意的是當地政府所公佈的數字與國內政府所核准的數字兩者的差距非常大，有時超過百倍。雖然核准的投資到後來不一定都實現，但若以國內政府核准的資料來判斷國人在東南亞國家投資的情形，則會與事實有很大的出入。在家數上，從 1987 到 1991 年，一共有 2,410 個投資案，其中自然有相當比例是中小企業的投資。若觀察台商近年來在大陸的投資，則根據大陸所公佈的資料，截至 1990 年 9 月一共有 1,743 個投資案，協議金額為 1,698 百萬美元，平均每個投資案約一百萬美元。在這段期間，因為政府仍未正式開放對大陸投資，大廠赴大陸投資有所顧忌，因此絕大部份的投資廠商應為中小企業。中小企業這幾年來積極赴海外設廠是不爭的事實。

台商若是為了尋求低工資而積極向外投資，則必然會改變出口產品的結構。事實上，就產業別劃分台灣過去的出口一直集中在非耐久消費財，約占總出口的 35%。但從 1987 年開始，這類產品出

表四：台灣在東南亞及大陸的投資

單位：百萬美元，案件

年	泰 國		馬來西亞		菲律賓		印 尼		大 陸
	國內政府 核準	當地政府 核準	國內政府 核準	當地政府 核準	國內政府 核準	當地政府 核準	國內政府 核準	當地政府 核準	
1987	5.4 (5)	300.0 (102)	5.8 (5)	47.4 (37)	2.6 (3)	9.0 (18)	1.0 (1)	7.9 (3)	1.0 (80)
1988	11.9 (15)	842.0 (308)	2.7 (5)	307.3 (111)	36.2 (7)	109.9 (86)	1.9 (3)	913.0 (17)	4.2 (355)
1989	51.6 (23)	871.0 (214)	158.6 (25)	815.0 (191)	66.3 (13)	148.7 (190)	0.3 (1)	158.0 (50)	5.2 (547)
1990	149.4 (39)	761.0 (144)	184.9 (36)	2383.0 (270)	123.6 (16)	140.7 (158)	61.9 (18)	618.0 (94)	9.8 a (1117)
1991	86.4 (33)	567.6 (69)	442.0 (35)	1314.2 (182)	1.3 (2)	11.6 (109)	160.3 (25)	1056.5 (57)	13.9 (1701)

資料來源：經濟部投審會。

說明：a 僅為1-9月資料。

口比例大幅下降，到了1990年只有23%。取而代之的二項產品分別是機械類產品與供最終產品 (final product) 加工用的中間投入產品，前者占總出口比例增加了六個百分點，後者增加了八個百分點。這兩項比例的變動都與對外投資有關，並不意外。<sup>8</sup>

近年來台灣的出口產業一方面受匯率升值的影響，另一方面受廠商大量外移的影響，在出口產品按性質別區分的結構上必然有所改變。根據去年完成的一份資料顯示，台灣的技术密集產品占總出口的比例從1981到1986年都無變化，約占25%左右。但是從1987年開始，該比例大幅跳升，1990時達33.8%。在重化工業以及高科技產品占出口的比例上，其結果亦復如此，都是在前期看出不明顯改變，但在近四年分別呈現10個百分點左右的跳升，變動幅度之大可說是前所未有。(見表五)

表五：台灣出口商品結構變動，1981-91

單位：%

年	技術密集		重化工業	高科技產品
	高	低		
1981	25.4	74.6	34.05	25.38
1982	26.7	73.3	35.11	26.74
1983	25.6	74.4	34.68	25.63
1984	27.5	72.5	35.95	27.50
1985	25.1	74.9	35.95	26.43
1986	25.6	74.4	35.16	27.03
1987	28.2	71.8	37.55	29.63
1988	31.7	68.3	42.65	33.47
1989	32.1	67.9	44.46	33.83
1990	33.8	66.2	46.63	35.81
1991	--	--	46.71	36.23

資料來源：1. 中華民國出口商品別種分類之研究（台大經濟研究所，陳博志，薛琦，吳忠吉，民國七十年）。  
2. 台灣產業經濟長期研究（台灣經濟研究院，林大侯，民國八十一年）。

### 參、勞動生產力與就業結構

台灣在 1980 年代後半期 (1986-91)，雖然出口產業面臨很大的衝擊，但本身也做了很多的調整，產量在五年之間仍增加了 28.80%（見表六）。與前一期比較，雖然產出成長率下降，只有前期的一半，但影響產出的因素與前期有很大的不同。首先，在 1980 年代的前半期，製造業產出的變動約一半來自個別產業勞動生產力的增加，另一半來自就業人數的增加，產業結構幾無變動，或該變動對產出幾乎沒有影響。但是到了後期，製造業的勞動大量流失，共減少了約 14.97% 的就業量，或占同期產出增幅的一半。但勞動生產力大幅提升，其貢獻率超過了 100%。在就業市場所表現的產業結構也

明顯變化，勞力從低生產力部門（產業）移到高生產力部門（產業），或低勞動生產力部門就業減少，但高生產力部門就業不變或增加，此一因素對同期製造業產出的貢獻率達 1/5。（詳見表六，解析公式見附錄 A）

表六：台灣製造業產出變動的來源

單位：%

年	1981-86	1986-91
製造業總生產增加率	56.25	28.80
貢獻因素		
(1) 各別產業勞動生產力	55.11	132.80
(2) 產業結構改變	-1.85	19.23
(3) 就業人數	46.73	-51.98
合計	100.00	100.00

資料來源：薪資與生產力統計月報（主計處，民國七十，八〇）。  
說明：衡量公式，見附錄。

台灣製造業勞動生產力與就業之間的關係還可以從表七的資料中做進一步的分析。在前半期，台灣製造業除了菸酒及飲料業就業人數減少外，其餘各業就業人數都有程度不一的增加，而全期就業人數增加了 26.29%。在後期，則全部二十個產業中有十一個產業的就業人數負成長，其中紡織、成衣、皮革及製品、木竹藤製品、塑膠製品以及其他業等六個產業就業人口流失的比例超過 30%。所有產業中只有菸酒飲料業的就業人數增加了 31.52%，機械業為 21.77%，其餘均不超過 10%。在前六個人力大量流失的產業中，除了木竹藤產業外，其餘五個產業勞動生產力的增幅都超過 40%，而這些產業中又除了紡織業產出仍出現 28% 的成長外，其餘四個產業或呈負成長，或只有一位數的成長率。因此，這些產業勞動生產力的成長主要是來自人力的減少。

表七：台灣製造業的產出、就業與生產力，1981-91

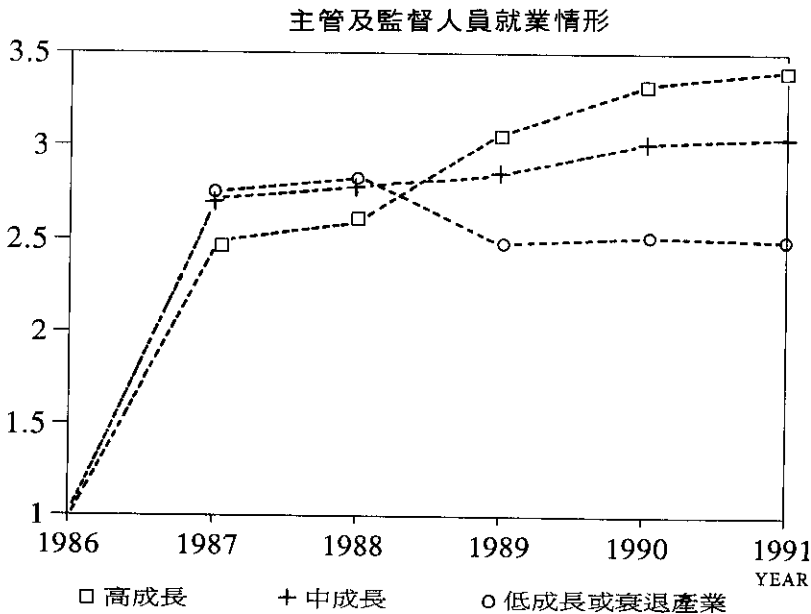
Industry	1981-86			1986-91		
	Q/L	Q	L	Q/L	Q	L
Manufacturing Total	23.73	56.25	26.29	51.49	28.81	-14.97
Foods	32.26	57.52	19.10	21.70	12.13	-7.86
Tobacco & Beverage	32.72	29.57	-2.38	16.58	53.34	31.52
Textile	41.08	42.62	1.10	53.65	28.50	-33.06
Garment and Footwear	3.14	32.95	28.90	42.17	-20.19	-43.87
Leather & Products	43.87	120.35	53.16	42.16	-5.91	-33.82
Lumber, Bamboo and Rattan Products	39.88	64.68	17.73	10.77	-30.70	-37.44
Pulp, Paper and Products	0.78	35.61	34.56	25.61	33.05	5.92
Chemical Materials	76.30	98.99	12.87	41.27	42.12	0.61
Chemical Products	93.70	135.84	21.75	42.98	53.45	7.32
Petrochemical and Coal Products	-26.26	2.60	29.15	36.46	49.18	9.32
Rubber Products	28.93	51.20	17.27	43.82	15.90	-19.41
Plastic Products	68.68	132.31	37.72	61.99	13.18	-30.13
Non-metallic Products	16.30	26.60	8.85	48.31	25.94	-15.08
Basic Metals	66.79	84.54	10.64	46.48	40.01	-4.42
Metallic Products	11.49	72.20	54.45	30.94	34.74	2.91
Machinery	39.47	52.63	9.44	26.74	54.58	21.77
Electricals and Electronics	42.19	98.81	39.82	65.60	52.62	-7.87
Transportation Equipment	4.26	21.53	16.56	49.28	56.28	4.69
Precision Instruments	9.83	57.49	43.39	50.05	56.35	4.19
Others	10.43	74.52	58.03	52.87	7.00	30.00

資料來源：同前。  
說明：衡量公式，見附錄。

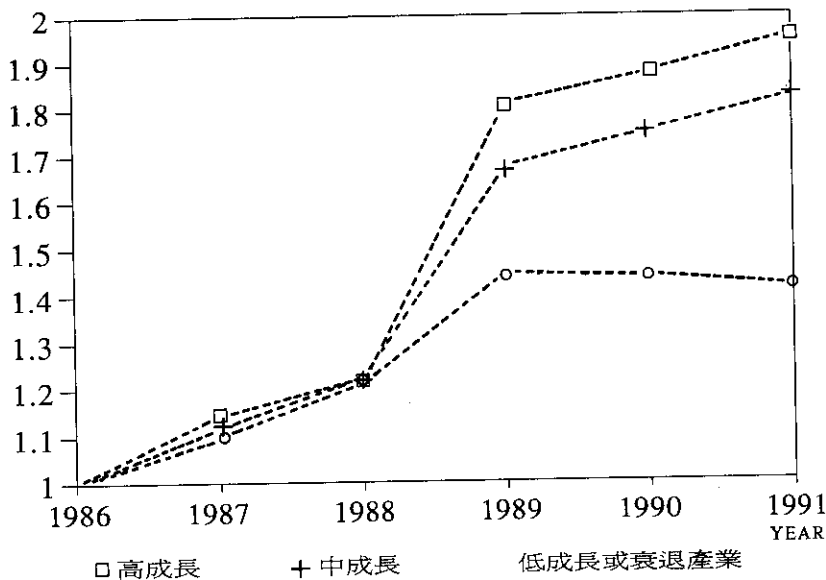


製造業能在人力流失的情形下，產出仍繼續成長，且勞動生產力成長得更快，主要的原因應與前節提及的生產自動化有關。圖三～一及三～二將製造業按各業成長率分成高、中、低三類，然後觀察不同職業別勞動人數變化的情形。在監管人員方面，就業人數在1987年增幅很大，後來就緩慢下來，低成長產業甚至微幅下降。在從事行銷的人員方面，三類產業都呈穩定上升的情形。工程師的就業人數也增加得很快，雖然低成長產業在1989年以後就不再成長。反過來看，體力工、作業員就業人數在1987年以後大幅下降，尤其是體力工，1988年的跌幅將近八成。技術員在1989年前仍在增加，但1990年後也開始下降，技術工方面則1989年前持平，或微幅上升，但之後也大幅下降。

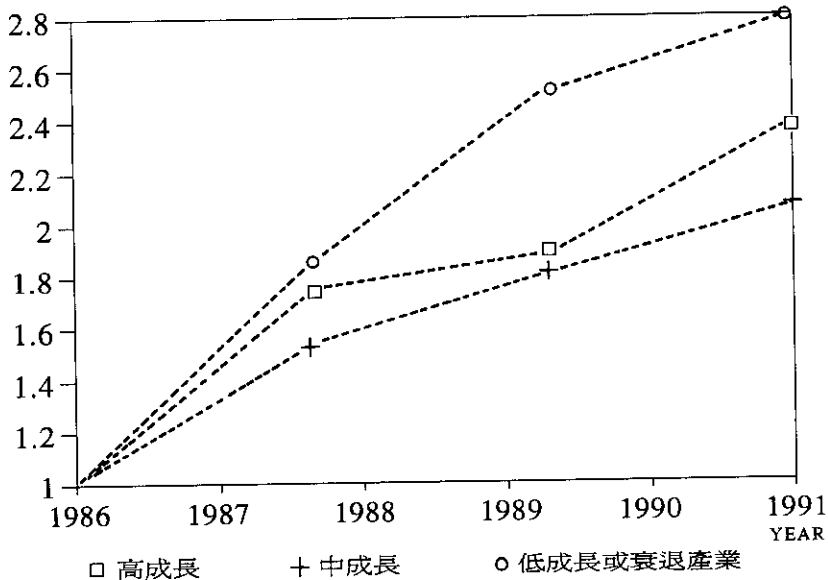
圖三～一：製造業勞動結構



工程師就業情形

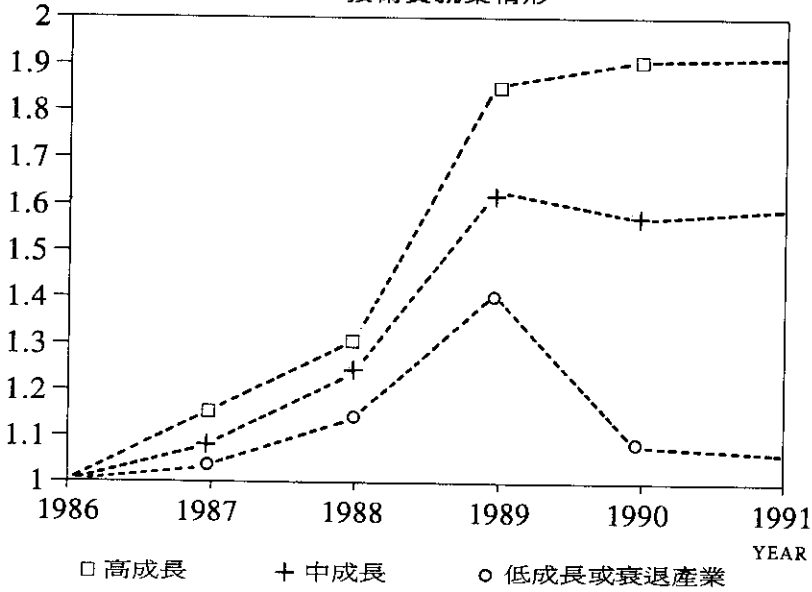


行銷人員就業情形

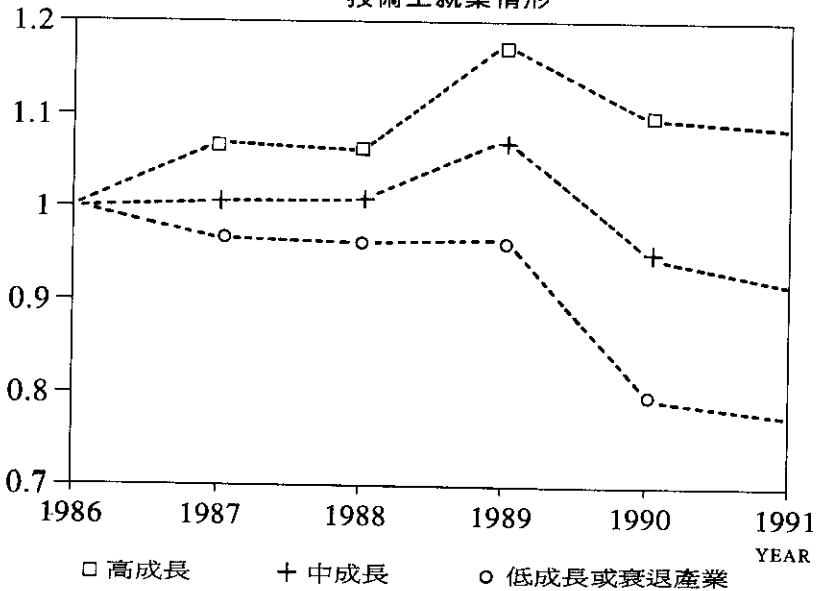


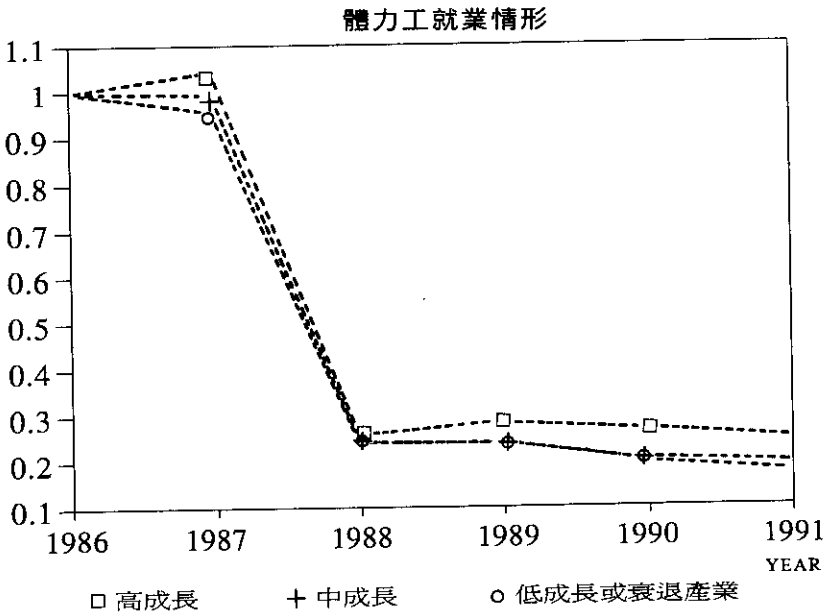
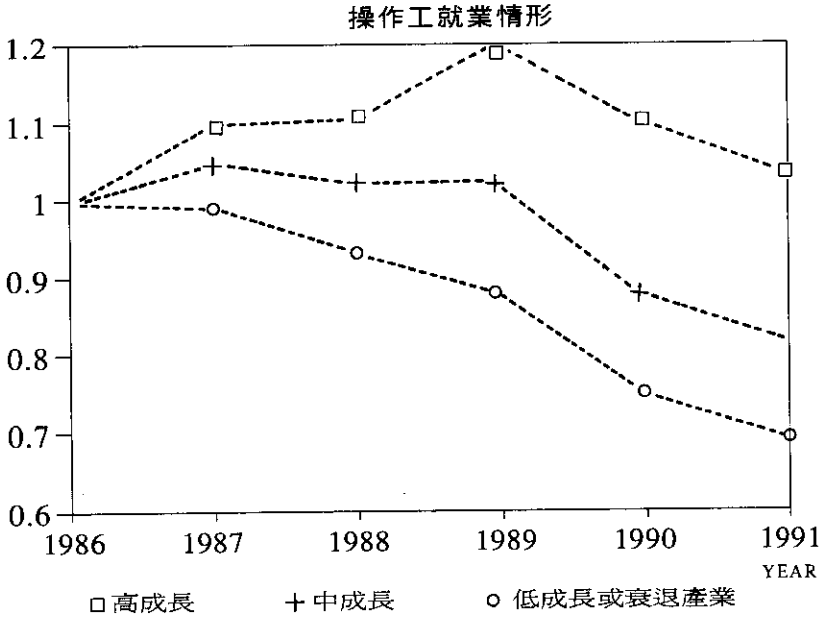
圖三~二：製造業勞動結構

技術員就業情形



技術工就業情形





前述製造業在近五年之內勞力結構明顯的改變情形與產業推動生產自動化的結果密切吻合。生產自動化雖然是以機器取代勞動，但真正取代的是生產線上的員工，或需要大量耗費體力的工作，而工程師，尤其是程式設計師、工業工程專業人員的需求會增加。此外，由於國內外市場競爭程度提高，廠商為開拓或維護原來的市場，必須加強在行銷方面的努力，因而多雇用這方面的人員即使低成長產業也不例外。製造業勞動就業結構的大幅改變清楚地反應了這趨勢。

## 肆、出口產品品質的變動

### 一、製造業全部出口產品品質的改變

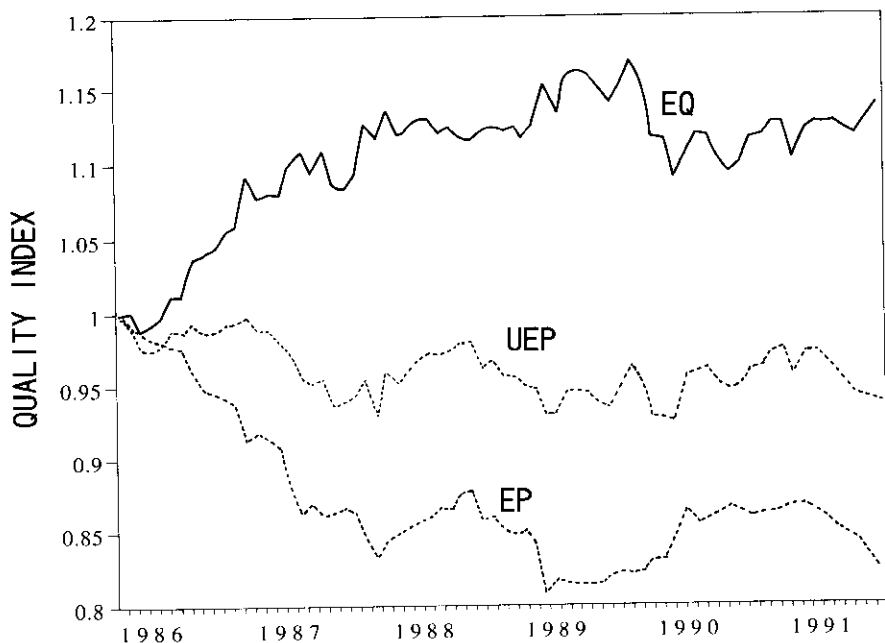
品質是一個非常不容易衡量的變數。但是藉兩套不同性質的出口價格資料，可以觀察產品品質與產品組合 (product mix) 變動的情形。在一般物價統計中都包括了出口產品的物價。在調查物價資料時，為了確實掌握價格變動，避免受產品品質變動的影響，對受調查產品的種類、規格，甚至調查對象都加以固定。但有另一組價格資料是想瞭解單位出口價格或價值變動的情形。其編製方法通常是取出口值除以出口數量，後者可以用重量、件數或某些計量單位表示。由於出口價格受當時出口市場供需關係，產品品質以及出口種類變化的影響，因此，若將出口價值（總值）先除去受出口數量影響的部份，就可得到單位出口價格，然後再扣除受價格影響的部份，即單位出口價格除出口物價指數，剩下來的就是品質指數，可顯示產品品質與組合變動的情形。圖四的曲線正代表此一產品品質變動的指數。

在財政部公佈的出口單位價值指數，其估算過程是先取各別出口產品每公斤的出口價值，然後以該產品期初及當期的出口數量為權數，採幾何平均方式來取單位出口價值指數。在主計處所公佈的

出口物價是詢問固定廠商距每月 15 日最近一次的出口價格。利用這兩套資料所推估的出口產品品質指數能反應出產品品質變動及部份產品結構變動的情形。為消除部份季節波動的影響，所繪出的品質曲線均取三個月移動平均。

以 1986 年 1 月為基期，該時期也是新台幣匯率開始升值的一年，出口物價指標 (EP) 隨著新台幣匯率的上升而趨下游 (見圖四)。

圖四：台灣地區出口物價指標與單位出口物價指標，1986-1991



資料來源：中華民國台灣地區進出口貿易統計月報 (財政部統計處)。

說明：EQ:出口品質指數。計算方法，見本文。

UEP:單位出口價格。

EP:出口物價。

這表示出口廠商必須調低出口的新台幣價格以彌補部份升值的效果。至於單位出口價格或價值曲線 (UEP) 雖也趨跌，但跌幅較小（相對於出口物價在 1989 年跌幅近二成的情形下，單位出口價值指數僅下跌約 5%）。因此品質指數 (EP/UEP) 在新台幣匯率升值的期間呈上升趨勢。在 1990 年新台幣匯率最高時，品質指數大致上升了 15%。

當然這上升的部份中還包含了出口產品結構變動的部份，也就是出口高級品比例上升導致品質指數提升的情形<sup>9</sup>。以上的分析有兩點推論：首先配合圖五，三條曲線的走勢與圖一新台幣的變化，可推論出國內廠商因應新台幣升值的措施。1990 年初，當新台幣升值了約 50% 時（以 1986 年 1 月為基期），國內廠商的新台幣出口報價向下調低了約 20%，品質指數則上升了約 15%，因此，國內出口廠商國際競爭力的淨損失大約為 15%。換言之，國內躉售物價，即生產者價格的下跌與品質的改善是出口廠商得以克服匯率上升的主要原因。

其次，就出口物價與單價指數的變動趨勢觀察，兩者走勢相近，但前者較為平穩。因此出口品質指數頗受出口價格指數變動的影響。至於出口物價指數，每當新台幣匯率持平或下跌時，則回升。也因此使品質指數持平，甚至下跌，如 1990 年上半年。理論上，當新台幣匯率升值時，不同產品的出口會受需求彈性的影響。假設高品質產品彈性較小，由於出口單位指數採幾何平均，能部份反應產品組合變動的情形，則台幣升值會提升品質指數，貶值則效果相反。

## 二、各別產業出口品質的變動

圖五～一到五～四列出了我國製造業十七個產業中，在觀察期間內出口占總出口比例超過 3% 的十一個主要產業之出口品質指數，分為四大類型。這四種類型分別是：(1) 品質曲線隨新台幣匯率升值而上升，但匯率下跌時，也跟著向下調整；(2) 品質曲線隨匯率升值

而上升，但後來持平；(3) 品質曲線呈緩和穩定上升，或變動情形不明顯，呈水平；(4) 品質曲線不規則變動。前三類型包括了台灣主要的出口產業，也較富經濟意義，說明如下：

品質曲線變化與匯率走勢頗一致的是第一類型，包括了木竹籐、機械及電子等三大產業。這一類型產業中的機械、電子兩大產品種類最複雜，也是在觀察期間內成長最快的產業，但為何在 1990 年後，當匯率下跌時，品質指數也下降。根據先前的討論，品質指數除了受品質影響，還包括產品組合的變動。通常高品質產品價格彈性較小，而低品質產品價格彈性大。因此當匯率升值，價格競爭壓力加大，出口廠商必須降價以求時，低品質產品的銷路所受到的影響就較大；反之，高品質產品所受到的影響則較小。因此，整個產品組合會朝高品質產品調整，由於品質指數無法完全反映產品結構的調整，因而提高了品質指數。但是反過來，當匯率趨跌時，低品質產品競爭壓力減弱，由於價格彈性較大，因此銷路增加，加總的品質指數乃趨跌。

第二類型與第一種類型的差別只是在當匯率持平或趨跌時，品質曲線並未下降或明顯下跌。這類產業包括了金屬製品、橡膠製品以及雜項（其他）工業產品。可能的原因該類產品品質在後期持續改善，因而抵銷了產品組合改變所產生的不良影響。這類產業是典型的勞力密集產業，中小企業充斥，產品種類也多，容易引進自動化與生產新產品。在觀察期間內，金屬製品與雜項產業品質提升的幅度分別超過 30% 與 40%，表現特別優異，應與此特性有關。

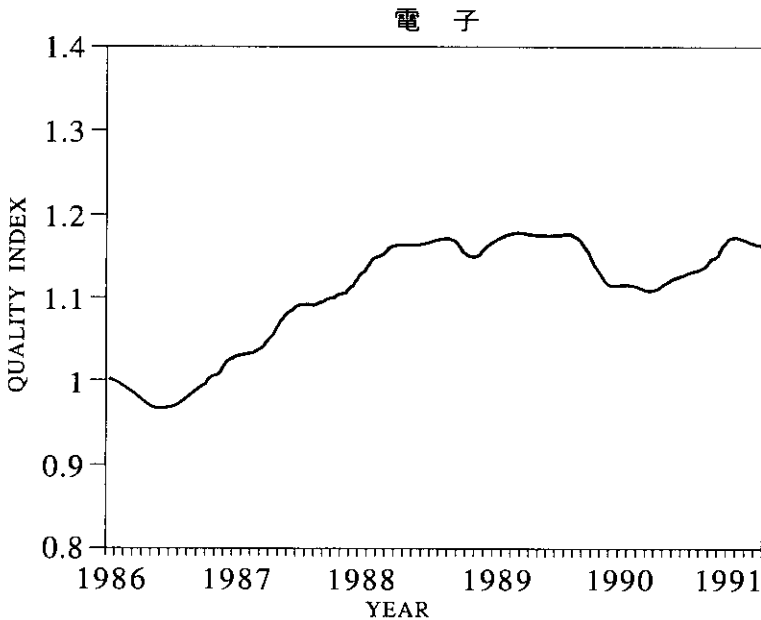
第三類產業包括了成衣、紡織以及化學原料三業。雖然成衣業呈明顯的季節波動的現象，但該業與紡織業的出口品質長期趨勢非常穩定，不受匯率的影響，可能的原因是這兩大類出口品多受出口限額的保護，且集中在新開拓的大陸及東南亞市場<sup>10</sup>。前者使出口商有準「地租」收入，形成匯率波動的緩衝，進而呈現出價格的僵硬性。出口商在後一市場上，由於交易近似公司內部的交易，價格競爭力極強，也能較不受匯率的影響。至於化學原料出口品質穩



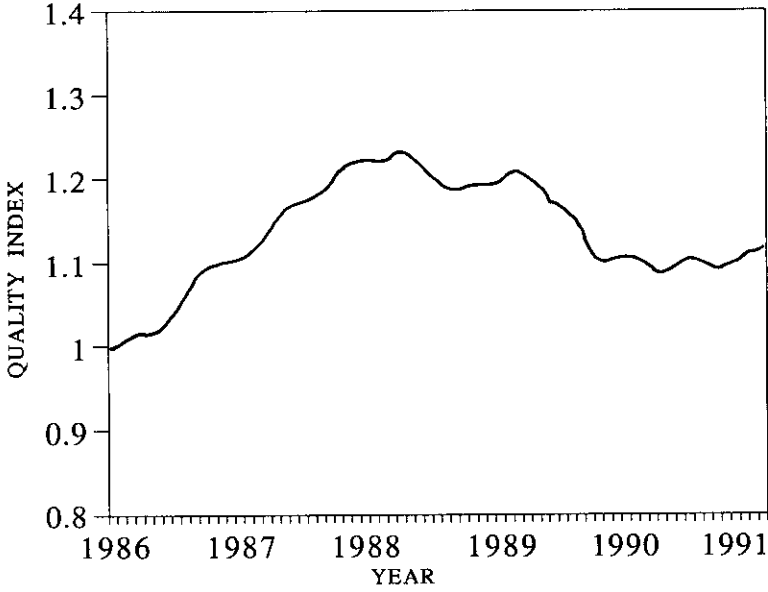
定，則與該業產品本身品質變動不大有關。

第四類型包括了交通工具與食品兩業。兩者均受少數單項產品出口變化的影響很大，譬如：台灣的自行車業在近幾年出口單價（每公斤出口值）提升得很快，在1988到1991年增幅達60%，出口值則增加了三倍，是造成交通工具業曲線在後期鉅幅上升的主因。以1991年為例，當年自行車出口占交通工具業總出口的比例為28%，但重量只占全部交通工具出口重量的14%。食品業的主要出口市場在日本，1988年占69.16%，且其中最主要的漁產品，有80%集中在日本。漁產品品質本身並無任何變動，因此出口量幾乎完全受新台幣與日圓匯率的影響。當1989年新台幣日圓匯率趨貶時，漁產品出口量大增，由於本身是低單價產品，因此影響了品質指數。

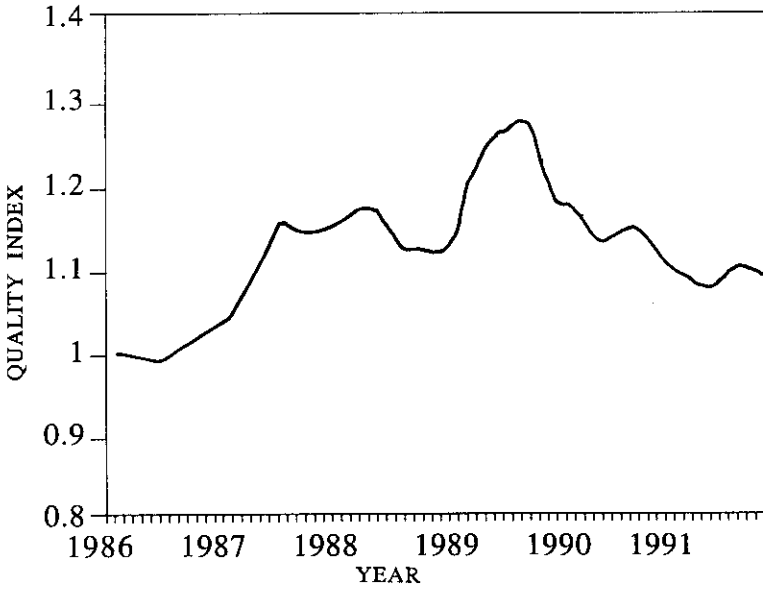
圖五～一：台灣出口產品品質的變動，1986-1991



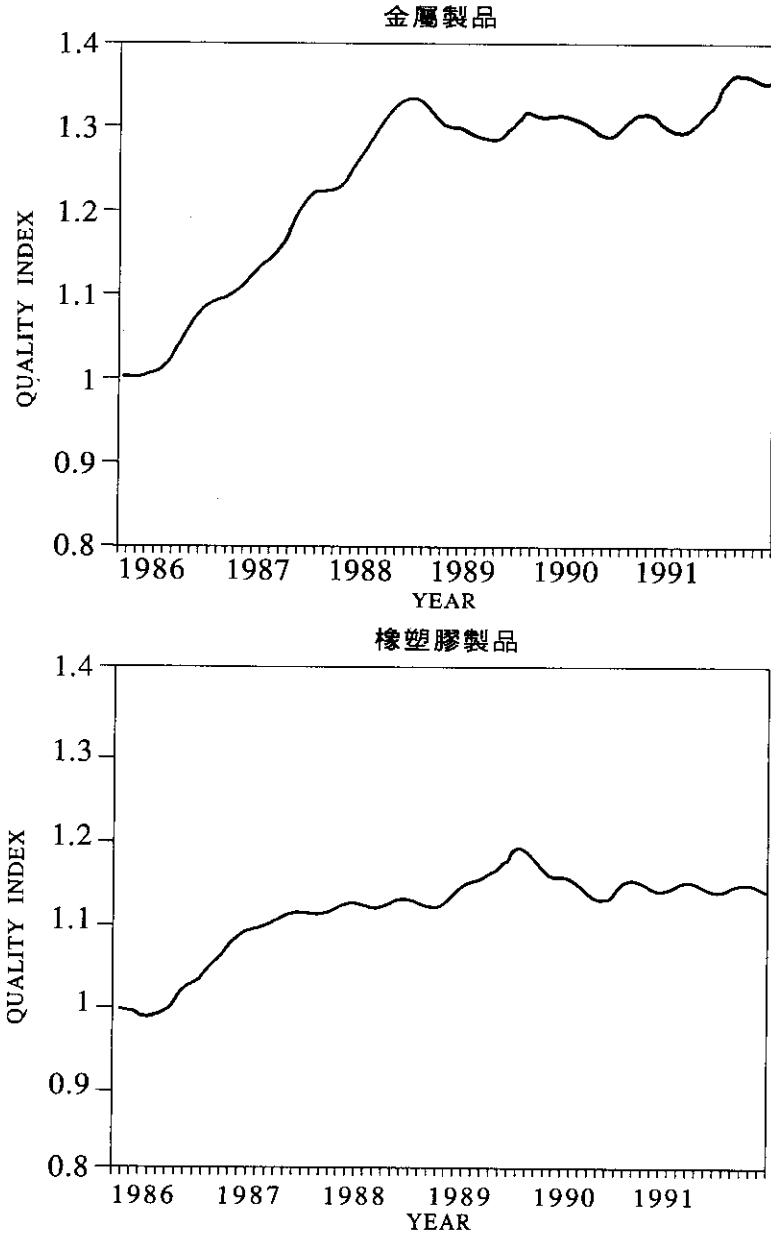
機 械

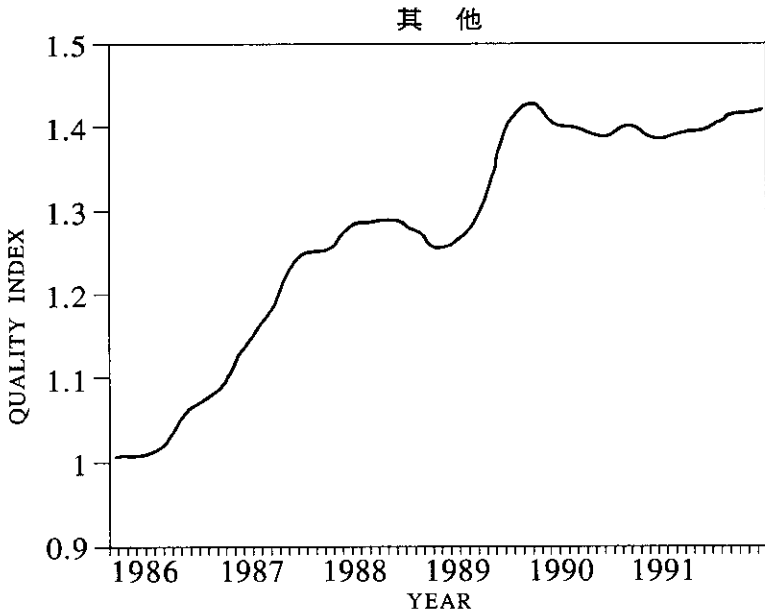


木、竹、籐製品

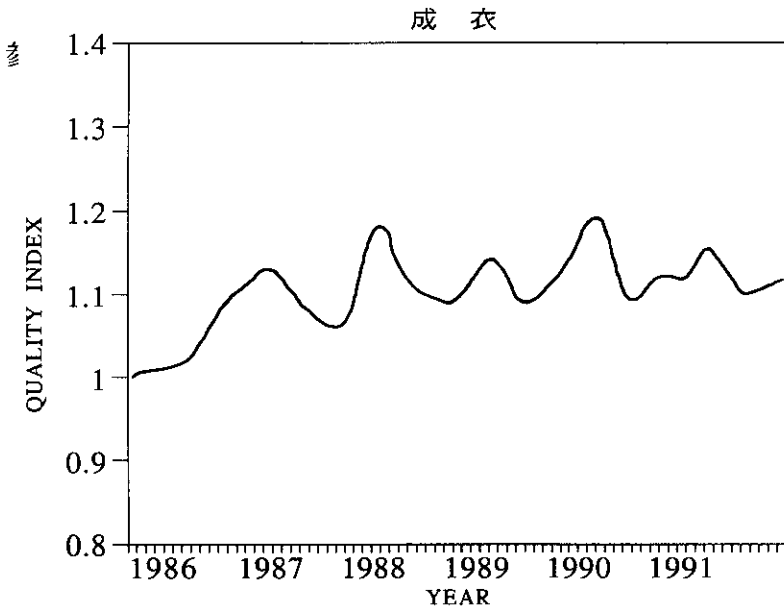


圖五~二：台灣出口產品品質的變動，1986-1991

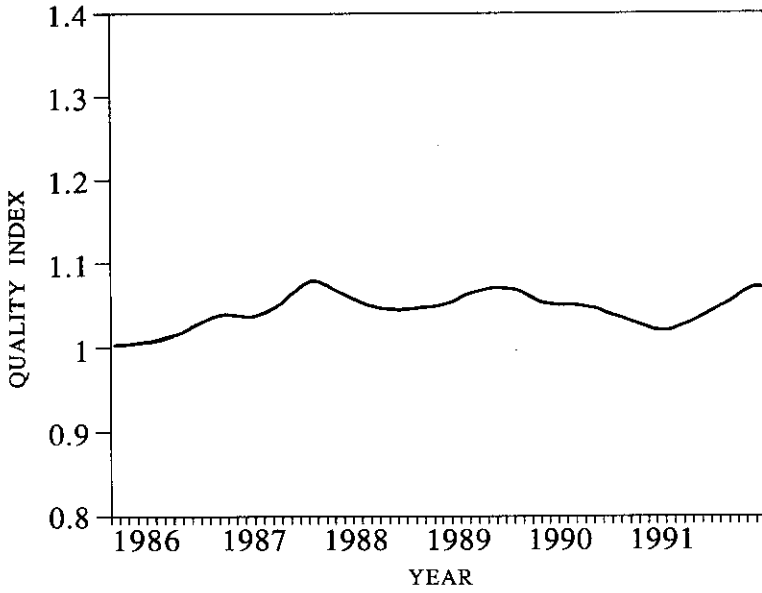




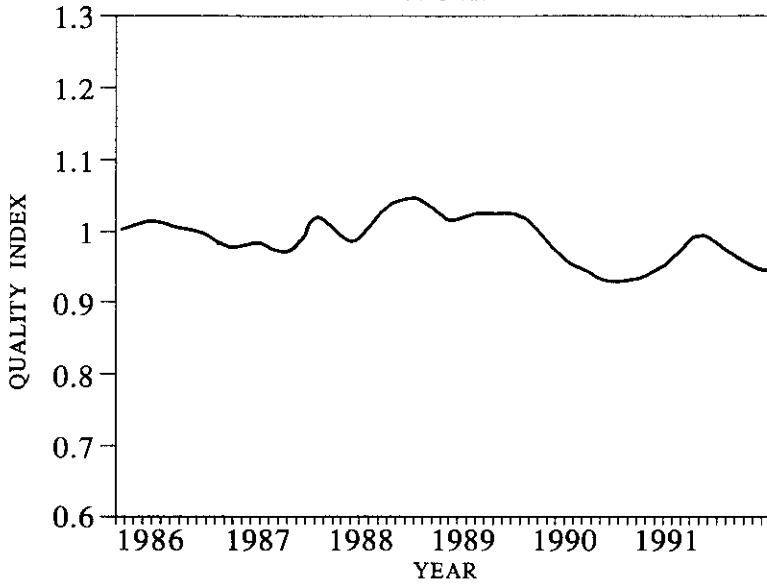
圖五~三：台灣出口產品品質的變動，1986-1991



紡織



化學品



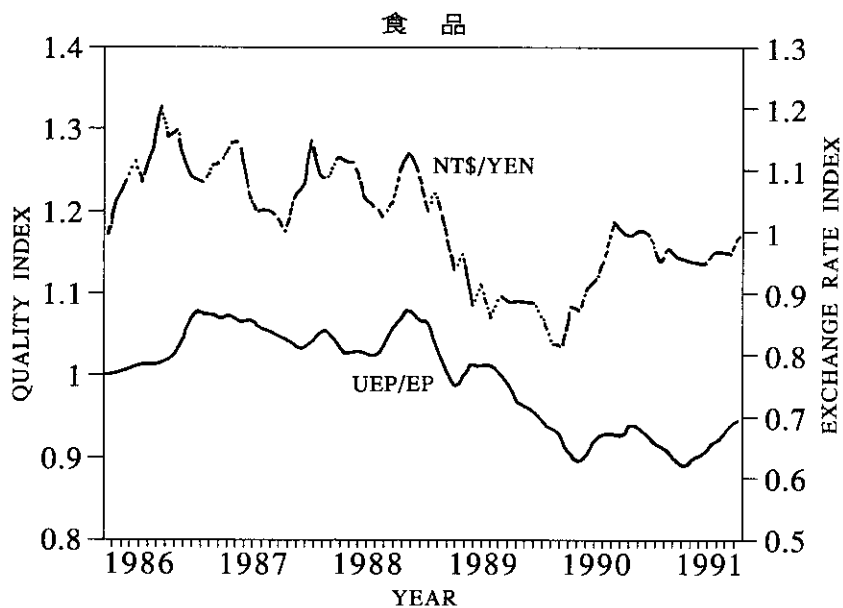
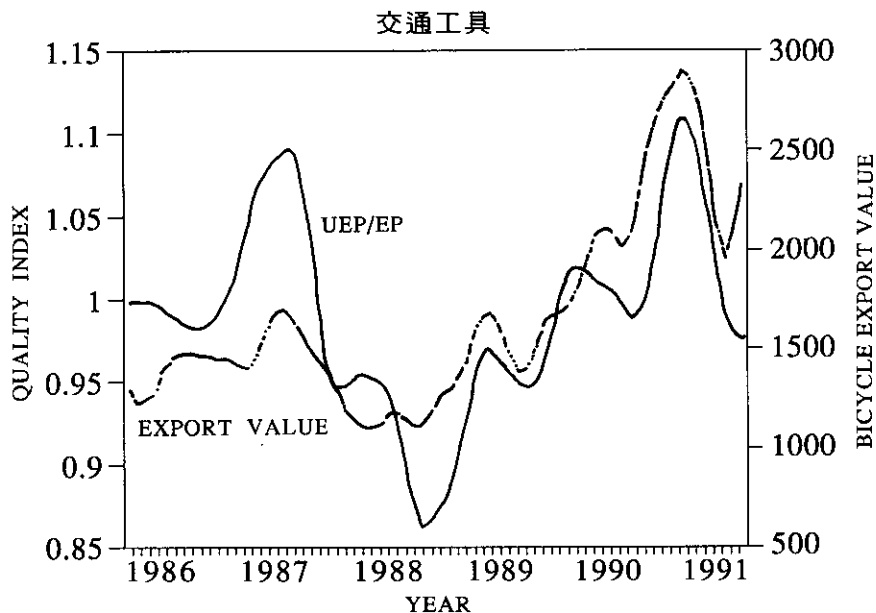
## 伍、結語

本研究的主要目的在於指出，當台灣的總體經濟在 1980 年代出現明顯的失衡現象時，台灣的製造業受到很大的衝擊，也因此引發了一連串的調整過程，對製造業的生產、出口以及品質的提升產生深遠的影響。本研究利用製造業職別就業結構的變化佐證台灣在這段期間大幅進行生產自動化的情形。結果使製造業在勞力大幅流失的情況下，仍能維持產出的增加，以及勞動生產力的大幅提升。在出口產品品質提升方面，國內主要出口產業的表現優異，反而是一些缺乏市場競爭壓力者，表現平平。

本研究所整理的資料有許多地方還可做進一步的分析，如出口品質變動與成長、價格彈性的關係，工資變動與自動化的關係，如何將品質指數中屬於結構變動的都加以分離，對外投資或東亞地區經濟的整合與產業的調整，將部份資料向後延伸，包括 80 年代前期部份等。這些都是往後值得繼續研究的方向。

最後，本研究強調國內產業在新台幣大幅升值之下所做的調整行為，並不意味著升值是促進產業發展的方法，也並未討論到升值極限或最適升值比例的問題。但本文清楚地看出，新台幣的升值是源自製造業本身強大的出口競爭力，在這種情況下，拒不升值反而可能錯失一次有利產業調整的機會。台灣產業在 80 年代後期明顯朝升級的方向改變，與新台幣的升值應有密切的關係。

圖五~四：台灣出口產品品質的變動，1986-1991



## 註 釋

- 1 Jean Monnet, 1978, p.109, 轉引自 Dutta, 1992, p.67.
- 2 有關荷蘭病較為完整的文獻檢討，見金紹富（民國 81 年）。
- 3 此節分析係摘取自 (Schive 1994)。
- 4 在 1970 年代，新台幣實質有效匯率與貿易差額的關係亦復如此，見 Schive (1987), p.323。
- 5 台灣在 1980 年代的總體經失衡情形是否可稱之為「荷蘭病」，或有不同的看法。但以荷蘭病症候群視之，則台灣有一個強韌的出口部門（雖與天然資源無關）繼之本國貨幣的大幅升值，對出口產業帶來的恐慌等，將台灣經濟在這段期間的發展視為荷蘭病症後群應不為過。
- 6 見陳博志，朱正中（民國 78 年）。
- 7 有關自動化意義的討論，請參考薛琦，龔鳴盛（民國 77 年）。
- 8 詳見 Schive (1994)，林大侯（民國 81 年）。
- 9 依附錄 A 公式解析的精神，品質指數變動中屬於產品結構改變的部份可加以分離。
- 10 台灣紡織品出口到香港及設限地區（美國，西歐及加拿大）合計占總出口的比例，從 1986 到 1991 年分別為 64.60%，61.78%，59.90%，58.84，61.52%，以及 59.42%。至於成衣出口到美、德、加、英四國合計占總出口的比例從 1986 到 1988 年，分別為 67.42%，65.37%，以及 65.13%。資料來源中華民國紡織工業統計資料彙編（紡拓會，1988-91）。



## 附 錄

### 1. 解析公式：

$$\begin{aligned}
 Q^1 - Q^0 &= \frac{Q^1}{L^1} L^1 - \frac{Q^0}{L^0} L^0 && Q: \text{製造業產出} \\
 &= \ell^1 L^1 - \ell^0 L^0 && \ell^0, \ell^1: \text{分別代表基期及當期} \\
 &= (\ell^1 \ell^0) L^1 + (L^1 - L^0) \ell^0 && Q/L = \ell \text{ 勞動生產力} \\
 \ell^1 - \ell^0 &= \frac{\sum Q_i^1}{L^1} - \frac{\sum Q_i^0}{L^0} && i: \text{第 } i \text{ 產業} \\
 &= \sum \left( \frac{Q_i^1}{L_i^1} \cdot \frac{L_i^1}{L^1} \right) - \sum \left( \frac{Q_i^0}{L_i^0} \cdot \frac{L_i^0}{L^0} \right) \\
 &= \sum \ell_i^1 \omega_i^1 - \sum \ell_i^0 \omega_i^0 \\
 &= \sum (\ell_i^1 - \ell_i^0) \omega_i^1 + \sum (\omega_i^1 - \omega_i^0) \ell_i^0
 \end{aligned}$$

$L_i/L = \omega_i$  以產業勞動比例所代表的產業結構

### 2. 資料來源：

- 製造業實質國民生產毛額，製造業平減表，（行政院主計處）。
- 製造業受雇員工數，薪資與生產力統計月報，（行政院主計處）。
- 出口單位價值指數 (UEP)，進出口統計月報，（財政部統計處）。
- 出口物價指數 (EP)，物價統計月報，（行政院主計處）。

## 參考資料

林大侯

1992 台灣產業經濟長期研究，台灣經濟研究院。

金紹富

1992 荷蘭病之文獻回顧與台灣經濟的初步分析，台大經濟研究所碩士論文。

陳博志，朱正中

1987 出口地區別競爭力分析，台經院。

薛琦，龔鳴盛

1988 我國生產自動化之評估研究（經濟部生產自動化執行小組）。

Buiter, Willem H. and Douglas D. Purvis.

1983 "Oil Disinflation and Export Competitiveness: A Model of the Dutch Disease," *Economic Interdependence and Flexible Exchange Rate*, eds., J.S. Bhandaxi and B.H. Putnam.

Chen, Pochih.

1990 "Policies and Structural Adjustment in Taiwan in the 1980s," paper presented at *The Second Conference and Asia-Pacific Relation*. Fukuoka Foamdation for Advanced Information and Research.

Corden, W. M.

1984 "Booming Sector and Dutch Disease Economics: Survey and Consolidation," *Oxford Economic Papers* 36: 359-80.

Corden, W. M. and J.P. Neavy.

1982 "Booming Sector and De-industrialization in a Small Open Economy," *Economical Journal* 92: 825-48.

Dutta, M.

- 1992 "Economic Regionalization in Western Europe: Asia Pacific Economies (Macroeconomic Core and Microeconomic Optimization) " *AEA Papers and Proceedings* 82: 67-73.
- Enders, Klans and Horst Herberg.  
1983 "The Dutch Disease: Cause, Consequences and Calmatives," *Weltwirtschaftliches Archiv* 119.
- Gregory, R.G.  
1976 "Some Implications of the Growth of the Mineral Sector," *Australian Journal of Agricultural Economics* 20.
- Joans, R.W., J.P. Neavy and F.P. Ruane.  
1987 "International Capital Mobility and the Dutch Disease," *Protection and Competition in International Trade*, ed., Henryk Kierzkowski.
- Kremers, J.J.  
1986 "The Dutch Disease in the Netherlands," *Natural Resources and the Macroeconomy*, eds., J.P. Neavy and S.Van Wijnbergen. Oxford, UK: B. Blackwell.
- Lewis, A.  
1984 "Development in the 1950s," *Pioneers in Development*, eds., Gerald M. Meier and Dudley Seers. Oxford: Oxford University Press.  
1964 *Jamica's Economic Problem*. Gleaner Co.
- Neavy, J.P. and Douglas O. Purvis.  
1982 "Sectoral Shocks in a Dependent Economy, Long-run Adjustment and Short-run Accomodation," *Scandinavian Journal of Economics* 84: 229-53.
- Petri, Peter A.

- 1989 "Capital Flows and Export Externalities: An East Asian Cure For the Dutch Disease," *Asian Economic Journal* 2: 21-47.

Ranis, Gustav.

- 1979 "Industrial Development," *Economic Growth and Structural Change in Taiwan*, ed., Walter Galenson. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

Schive, Chi

- 1987 "Trade Patterns and Trends of Taiwan," *Trade and Structural Change in Pacific Asian* ed., Colin I. Bradford and William H. Branson. Chicago: University of Chicago Press.

Schive, Chi and Tze-zer Kao

- 1986 "A Measure of Secondary Import Substitution in Taiwan," *Economic Essays* 14:159-75.

Schive, Chi and I. Feng Chen

- 1990 "Learning and Production Automation in Taiwan," *Toward 2000: Meeting the Challenges of the 21th Century*, ed., John L. Oliver (Pretoria: Human Sciences Research Council).
- 1990 *The Foreign Factor: The Multinational Corporations' Contribution to the Economic Modernization of the Republic of China* (Stanford: Hoover Press).
- 1994 "How Did Taiwan Solve Its Dutch Disease Problem? " *Research in Asian Economic Studies, Volume 5, pages 183-202.*

Seers Dudley

- 1964 "The Mechanism of an Open Petroleum Economy, " *Social and Economic Studies* 13.

## 外資廠商的本土化： 美日電子廠的比較研究\*

陳添枝\*\*、王文娟\*\*\*

### 壹、本土化的理由

多國籍公司的本土化問題一直是地主國關切的焦點，關切的理由是如果多國籍公司和本地的產業不發生連鎖關係，而只關閉在自己的企業體系內，形成「封閉區」(enclave)，那麼它能對地主國產生的貢獻是十分有限的（見 Weisskoff and Wolff, 1977; Dietz 1985）。本地化的內涵很廣，有人強調採用當地的技術員工及管理人才；有人強調採購本地的原料；有人強調在本地從事研發工作。不論強調的重點在那一方面，本地化的體現均有個共通的先決條件，那就是多國籍公司的生產技術必須作適度的調整，以吸收本地的資源投入。換句話說，本地化的先決條件是生產技術的本地化<sup>1</sup>。

生產技術必須調整的理由顯而易見，因為地主國的生產條件和投資國不盡相同；如果兩者完全相同，多國籍公司便沒有跨國經營的理由（除非是為了突破出口的障礙）。既然生產條件不同（例如：要素價格不同、要素的特性不同），最適的生產技術亦必然不同。但調整是須要成本的，一般而言，調整的速度愈快，成本也愈高（見 Morley and Smith, 1977）。在另一方面，如果投資國和地主

---

\* 作者感謝張慶輝、杜震華、薛琦、吳榮義教授及兩位匿名評審的指正。

\*\* 中華經濟研究院研究員。

\*\*\* 中華經濟研究院副研究員。

國的生產條件相差過鉅，調整的幅度必須很大，調整的成本也相對較高，這時候對外投資的潛在利潤可能完全被調整成本所抵銷，因此廠商也喪失了對外投資的意願。因此，雖然多國籍公司常常在產品達到成熟期的階段以後，將生產據點轉移到低工資的國家去 (Vernon, 1966)，但工資最低的國家並非多國籍公司的最愛。工資相差較多的國家固然可以帶給多國籍公司較低的生產成本，但調整生產技術的成本也相對較高，因此不見得最有吸引力。因此較常見的對外投資型態是將生產轉移到工資「次高」的國度而非工資最低的國度。例如：美國製造業早期的對外投資以歐洲等先進國家為集中地，日本則以台灣及東南亞等開發中國家為集中地 (Mason, 1980)，台灣近年的對外投資也以東南亞和中國大陸為集中地。

工資的差異也影響到國際分工的程度。在工資極低的國家投資，只適合從事勞力密集度極高的生產活動，而因當地的產業也多屬勞力密集的產業，其能與多國籍公司的生產發生互補的機會不多，這將使多國籍公司在當地的生產空間受限，因而降低了附加價值的比率。當本地的產業無法與多國籍公司的子公司的生產活動搭配時，多國籍公司只能以廠內垂直整合的方式支援子公司的生產活動，因而形成和外界隔絕的現象。但地理上的距離以及其他不易掌握的外在因素都將使這種高度依賴母公司的子公司暴露於高度的風險之下，因此也降低了多國籍公司從事此種國際分工的意願。

一旦決定在某一國投資以後，多國籍公司衡量當地的生產環境及本身的特質而決定國際分工的型態，在開始的時候總是相當保守的，但隨著時間的過去，對本地市場的了解加深以後，技術調整的幅度會逐次擴大，而調整的方向就是朝當地市場環境所界定的最適生產方向調整 (Lecraw, 1979; Chen, 1992)，也就是「本地化」，而影響本地化速度的因素大抵有以下數種：

### 一、廠商特有的比較利益 (firm-specific advantage)：

傳統的對外投資理論認為廠商的特有資產是對外投資的起因

(Hymer, 1960; Caves, 1971)。理由是具有這種特有資產的優勢廠商才能克服在地主國人生地不熟的劣勢，因而得以生存。既然這種優勢是生存的根本，廠商自然不會輕易放棄。因此這種優勢愈強的廠商，愈不太可能進行本地化。而為了保持這種優勢於不變，多國籍公司將以內部化的方式（internalization）來防止這種優勢被別的企業學去<sup>2</sup>。因此這種優勢所托生（embodiment）的中間材或主要零組件將維持於廠內生產。Kotabe & Omura (1989) 的研究即發現日本在美國投資的電子廠商就是以維持主要零組件內製的方式來維繫其競爭力。

## 二、廠商的規模：

根據廠商組織的理論，如果廠商的規模大，對某一中間投入的需求夠大，才有將此一中間投入納入生產，成為其垂直整合的一部份的可能 (Williamson, 1987)。如果廠商的規模小，其對中間投入的需求只是市場供應量的一小部份，那麼該廠商將中間投入納入生產的利益就不大，不如從市場購買的好。當一個垂直整合程度不高的企業在海外進行投資時，其從事廠內交易的能力也不大，因此就有較大的壓力與意願和當地產業整合，因而很快走上本土化的道路。相反的，廠商規模較大者，具有廠內垂直整合的利基，本地化的速度也慢。

## 三、地主國相關產業的聚集程度：

晚近的研究多認為產業的聚集 (agglomeration) 程度影響到生產之成本，聚集程度高的產業，生產成本低，因而有助於提供低成本的中間材，誘發多國籍公司的本土化。這種具有產業內的內部性、廠商間的外部性的聚集效果，對外人投資產生一種滾雪球的作用，使對外投資有集中於少數國家的傾向 (Wheeler and Mody, 1992)。同樣的道理，對於地主國而言，外人投資也有集中於少數產業的現象。例如：台灣的外人投資便集中於電子與化學業，外人投資的聚

集不僅促成下一波外人投資的加入，而且促成本土企業的介入，本土化也跟著加深。

#### 四、產品的市場導向：

有些作者們相信外銷導向的外資公司較易和本地之產業脫節而形成「封閉區」（如 Dietz, 1985）。有些人認為以外銷為導向的境外加工經常由母公司嚴格控制，而產品的規格及所使用之技術經常變動使其生產不能和本地產業產生密切之連鎖關係（Lall, 1979）。

此外，任何一個國家的產業特性和該國的消費習性有關，因此當外資公司的服務對象是本地的消費者時，為了使產品滿足本地消費者的偏好，不能不進行相當程度的本土化；反之，當其服務的對象是外銷市場時，尤其是回銷到母國的市場時，和當地產業掛鉤的意願也相對低了。依此而論，加工出口區是最易形成「外銷的封閉區」（export enclave）的。然而這種論調忽略了一點，亦即相對於內銷的產業而言，外銷的企業一般也面對比較激烈的競爭，在競爭的壓力下，其降低成本的推力較強，因此調整生產技術的速度會較快，亦即本土化的速度較快。

#### 五、地主國的人力資源：

任何技術的調整均必須植根於本地的人力資源，因此地主國人力資源充裕與否是決定本土化的關鍵之一。管理決策人員的本土化固無庸待言，即使是中間材的本地化也須要本地人力的支援，因為這在多國籍公司的內部可能涉及產品設計的修改，生產流程的變動，在多國籍公司外部則涉及相關產品的供應。晚近學者針對人力資源對經濟發展的影響有許多研究（見 Stokely, 1991）均強調人力資源累積可能產生之外溢效果，外資公司自然也可以享受到此項外溢效果。另一方面，外商企業所提供之工作報酬及在職訓練的機會，也刺激人力資源之累積。因此外商企業與當地的人力資源可能有相輔相成的效果，產生一種良性的循環。



本文的主要目的，乃是針對本土化的主要內容之一，中間材的採購作研究。我們將以台灣電子產業作為研究的素材，並以該產業中的美商及日商作為分析比較的基礎。在台灣電子業是製造業中外人投資最多的產業，而其中又以美商及日商為主力，因此這樣的分析具有相當的代表性。以下第二節將就美、日電子廠商的對外投資的相關重要文獻加以整理，第三節將探討美日廠商在台的本土化情形，第四節將探討影響本土化的因素，第五節為結論。

## 貳、美日廠商的對外投資

最早提出美日廠商對外投資的型態不同的是日本學者小島清（Kojima Kiyoshi）。Kojima (1973) 認為日本對外投資廠商的生產型態和地主國的比較利益一致，因此有促進地主國出口的效果；相對的，美商的生產型態往往和地主國的比較利益相扞格，因而有抑制出口的效果。小島認為這項差異是源自美日產業結構的差異：日本對外投資的廠商多來自競爭性的產業，而美商多來自寡占性的產業。然而這項差別可能僅是程度的差別而已，日本的廠商如果不具有特殊的比較利益，並無對外投資的可能 (Lee, 1984)，而特殊的比較利益正是寡占產業的同義詞。如果說美國廠商的比較利益的特殊性較高，因此在地主國從事調整的成本較高，則是比較可理解的。但特殊性的高低是相對於地主國而言的，針對不同的地主國，美日廠商的特殊性孰高孰低可能不能一概而論。在實證方面，Lee (1980) 曾對在韓國投資的美日廠商作研究，發現在韓投資的美商大都是列名 Fortune 500 大的廠商，因此推定它們係屬寡占性的廠商，而且美商中以外銷為市場導向的投資案也確實較日商為少。但 Lee 對於兩者在生產型態的異同，則未加以比較。

Siddharthan and Kumar (1990) 對美商在海外投資時所衍生的廠內貿易 (intra-firm trade) 加以研究，結果發現廠內貿易的多寡和

該產業的 R&D 密集度及技術密集度有關。R&D 支出占營業額比率較高的產業以及生產中使用勞工之技術水準較高的產業有較高的廠內貿易的傾向。這兩項指標均間接地肯定廠商的特有資產對廠內貿易有正面的影響，亦意謂對本土化有負面的影響。在電子業方面，數據顯示多國籍公司間的廠內貿易占美國全部出口的比率，家庭用電器為 24.80%，收音機、電視、通訊器材為 57.95%，電子零組件為 46.66%，其他電子設備為 16.13%，顯示電子產業內的不同分野亦存在相當多的差異。收音機、電視、通訊器材及電子零組件等的特殊性顯然高於其他部門。

在一份針對新加坡 30 家外商電子業的調查（見 Singapore, Applied Research Corporation, 1979）顯示，該等廠商的零組件及中間材在 1979 年的內購比率（自新加坡本地採購之比率）為 58%，而在 1970 年初期尚不及 50%。Lim & Pang (1982) 針對三家大型外商電子業的個案研究亦顯示外商在新加坡主動地培植本地的供應商，以便在長程階段時提升自身的競爭能力。兩位作者認為這種紮根的工作完全是廠商根據市場的條件而採取的自發的、自利的行為，和政府的要求沒有太多關連。這項說法和有些人認為政府的督促與限制對促進外籍公司的本土化較市場的機能來得更有效有所不同。Lim & Pang 認為外商所以會主動尋求本土化主要是新加坡投資環境優越所致（政治安定、基礎建設良好）。但這項說法欠缺說服力，因為投資環境優越是外人投資的先決條件，外商企業在新加坡何以具本土化的誘因，而在其他國家則無，須要其他的理由來解釋。在台灣方面，Schive and Majumdar (1990) 的研究，亦發現在 1972 及 1975 年間僑外投資在台生產的自製率 (local content) 有上升的現象，而且在加工出口區外的廠商的自製率高於加工出口區內的廠商（但電子電器業為例外）。這似乎肯定出口導向的廠商本土化的意願較低，但何以電子電器業例外，則理由不明。

### 參、美日電子廠在台的本土化

我們根據經濟部投審會對外人投資各年所作的調查，抽出美商及日商電子業的資料加以分析，將 1975 ~ 1989 間的內銷比率、內購比率和自製率臚列於表一<sup>3</sup>。其中內銷比率是指銷售額中台灣市場所占的比率，內購比率則是指採購的零組件及中間材料中來自台灣本地的比率，自製率則是銷售額扣除進口的零組件及中間材後的比率，亦即廠內完成的附加價值及內購原料合占銷售額的比率。不論是廠內的附加價值或者是內購原料都是屬於在台的生產活動，均是本地化的一環。純就產業的關連效果而言，內製和外購對本地產業所產生的影響不同，內製部份由本地的基本投入完成，和其他產業不相關連，但透過內製，生產技術或者會因此移轉；外購自本地的原材料雖然來自本地產業，但其製程中可能含有相當高程度的進口內涵。因此內製和外購到底何者對本地貢獻較大，甚難論斷。在本地化的過程中，廠商可能逐步加深廠內附加價值的比率，亦可能逐步加深本地採購的比率，兩者合併看待，較能得到一個全盤的概念。

由表中可見，美商在早期時的內銷比率很低，例如：1975 年時只有 3.2%，但後來逐漸升高，在 1989 年時有 21.6%，各年間的內銷比率也有鉅幅震盪的現象。相對而言，日商在 15 年間內銷比率並無太大的變動，在 1975 年時是 27.4%，在 1989 年時則是 24.1%。

這結果顯示兩點重要的意義：第一，美商的外銷比率較高，和 Kojima (1974) 所推斷的日商具有較高的外銷傾向的說法完全相背。這項結果也非由於加工出口區的存在所造成。如果我們將加工出口區的廠商排除在外，那麼在 1975 ~ 1989 年間美商的平均內銷比率是 16.1%，日商則為 35.7%，結果並無明顯的不同。因此 Kojima 所謂美商係來自寡占性的產業而日商則來自競爭性的產業以致出口的傾向有異的說法顯然在台灣電子業得不到實證的支持。我們覺得

表一：美日電子廠商各年的內銷、內購及自製率

單位：%

年次	內銷比率		內購比率		自製率	
	美商	日商	美商	日商	美商	日商
1975	3.2	27.4	33.9	36.9	68.5	62.5
1976	7.2	22.5	32.4	34.6	65.6	58.6
1977	9.4	19.7	32.5	33.7	62.7	60.3
1978	10.0	19.5	36.8	36.6	63.6	57.9
1979	11.1	20.3	41.5	38.6	65.3	60.4
1980	8.6	21.9	40.3	39.6	67.9	63.5
1981	8.8	22.2	43.4	39.0	65.6	64.3
1982	17.3	21.7	42.8	40.0	69.7	65.2
1983	15.7	20.5	43.6	40.0	67.4	64.7
1984	9.6	21.4	41.3	39.8	67.8	64.1
1985	10.3	23.8	36.6	42.1	66.6	67.8
1986	20.4	22.0	44.0	38.8	68.2	60.0
1987	13.8	27.8	51.4	43.1	70.9	64.4
1988	20.6	28.7	50.4	40.8	71.2	64.4
1989	21.6	24.1	48.6	41.2	76.6	65.4

資料來源：由投審會調查資料計算而得。

投資國與地主國間工資及所得的差異才是解釋內（外）銷傾向差異的理由。根據 Vernon (1962) 的產品循環理論，先進國家產品的開發都是基於本國市場的需求，等到產品進入成熟期以後，再移轉到海外國家去生產。這些產品在當地市場到底有多大的需求，則與該國的所得水準有關。在早期時（如 1975 年）台灣和美國的所得水準相差很大，因此台灣本地消費者對美國產品的需求很有限，相對的與日本的所得相差較少，因此對日貨的需求較高。但隨著台灣所得水準的提高，及日本相對於美國的所得成長較快速，台美與台日間所得的差距不再有很大的區別，因此美商及日商內（外）銷的傾向也隨著接近<sup>4</sup>。在此同時，因為美商及日商均可能隨著時間的過去而

本地化，因此其產品的差異性亦逐漸縮小，內（外）銷的比率亦因此雷同。

第二項值得注意的點是美商的內（外）銷比率變化幅度較大，而日商則相當穩定，這一方面是由於日商樣本數（平均每年 100.2 家）較美商（平均每年 35.7 家）為大，因此不易受少數廠商變動（如新廠的加入或舊廠的退出）的影響，但另一方面也顯示日商較為分散的市場導向。表二列舉 1980 ~ 1989 年間美日廠商的外銷市場及進口原料之分布情形。由表中可見，美商的外銷市場集中於美國，占其全體外銷金額的九成左右，日商的外銷則較為分散，美國及日本市場相加，不過占其外銷金額的一半左右，其餘歐洲及亞洲市場也占相當重要的份量。日商這種「放眼天下」的行銷策略，使外銷保持相當高的穩定性，因此看不到類似美商的浮沈。不過近年來不論美商或日商，美國市場的比重均有下降的現象。

由市場的取向是否因此可以判斷美商的比較利益具有較高的特殊性，答案是不盡然。按理論上來說，特殊性較高的廠商有較高的傾向從事廠內的貿易，因此向本地市場採購原材料零組件的意願較低。很可惜我們沒有廠內貿易的資料，無法驗證美商是否具較高的廠內貿易傾向。但表一顯示美商在台採購的比率和日商相當接近，在晚近則有凌駕日商的趨勢，以逐年變化的情形來看，美商的內購率也有較明顯的上升趨勢。因此很難說美商有較高之特殊性。如果再由表二審視進口的零組件中間材等原料的來源，美日商呈現的對比恰巧與外銷市場的情形相反。日商自日本進口的原料占全體原料來源的一半以上；相對的，美商的進口來源則較分散，來自美國的原材料占進口材料的比率不及一半，占全體採購的比率只有四分之一上下。這似乎意謂著日本廠商在生產的層面較美商具有更高的特殊性。

表二：美日廠商的外銷市場及進口原料來源分布 1980-1989

單位：%

美 商 部 份						
進 口 原 料				外 銷 市 場		
	美國	日本	全部	美國	日本	全部
1980	30.2	17.4	59.7	58.0	3.2	91.4
1981	26.5	18.6	56.6	58.1	2.8	91.2
1982	26.1	18.7	57.2	47.8	2.0	82.7
1983	33.5	12.5	56.4	53.1	1.3	84.3
1984	26.0	19.4	58.7	65.2	1.0	90.4
1985	30.6	22.0	63.4	65.8	2.5	89.7
1986	24.5	17.3	56.0	45.4	2.2	79.6
1987	22.5	15.5	48.6	49.8	2.6	86.2
1988	26.7	16.7	49.6	48.1	1.6	79.4
1989	22.4	17.4	51.4	44.3	2.3	78.4
日 商 部 份						
進 口 原 料				外 銷 市 場		
	美國	日本	全部	美國	日本	全部
1980	1.9	53.8	60.4	12.5	18.8	78.1
1981	1.4	56.3	61.0	13.2	15.3	77.8
1982	1.5	54.8	60.0	11.7	18.1	78.3
1983	1.6	56.4	60.0	14.8	23.6	79.5
1984	1.5	53.8	60.2	15.4	30.6	78.6
1985	1.3	51.5	57.9	16.0	26.9	76.2
1986	1.3	55.5	61.2	12.6	21.7	78.0
1987	2.0	49.2	56.9	15.0	19.9	72.2
1988	1.1	54.6	59.1	11.4	27.3	71.3
1989	1.2	54.0	58.8	8.3	35.4	75.9

註：進口原料為占全部原料之比率，外銷市場為占銷售總額之比率。

我們的猜測是美商在產品面具有較高的特殊性，而日商在生產面具有較高的特殊性。換言之，美商在產品方面有較突顯的差異性，但在製造過程中則有較大的適應能力；相對的，日商的比較利益則隱藏在生產製造的過程中，而爲了保存這種比較優勢，其適應地主國風土而改變生產型態及技術的能力則較爲薄弱。以產品的特殊性取勝的美商必須執著於產品的型式及功能，因此在產品線上作調節的能力較低，而產品的行銷對象也較爲固定，因爲產品的原始訴求對象是美國消費者，因此即使移師到台灣生產以後銷售的對象仍然不易改變，因而外銷地區也以美國爲主。相對的，日本產品本身的特殊性較低，訴求對象較爲廣泛，因此比較容易分散外銷的市場。美國產品的特殊性必然也隱含了特殊的生產技術，這項生產技術是不可能完全移轉到地主國的，因此廠內貿易仍然不可或缺，這也阻礙了本地化的進行。但是另一方面，因爲美國在製程方面的特殊性較低，因此其移轉到地主國的生產流程也比較具備本土化之能力。如果地主國能供應適用的零組件，美商很容易將之納入生產體系中；只要成本及品質符合要求，美商也不執著於特定的供應商。因此本地產業的供應能力應是決定美商本土化程度的重要因素。相對的，日本的產品本身比較容易本土化，可以因地制宜，選擇適合當地需要的產品，或者爲適合當地之生產，可以就產品作某種程度之修正，以利於生產成本之降低。但在製程方面，則必須嚴格加以管制以合乎日式的生產模式，如此一來也限制了自本地採購的可能性。例如：日式生產管理中的「即時生產」(just-in-time)系統對零組件供應商的品質及時效有極高的要求，便限制了本地廠商可融入此一系統的可能性。因此本地的供應商若欲融入日系的生產網路中必須經過長期的合作，彼此互相調適才有可能，因此日商的本土化程度除了和本地廠商的供應能力有關外，也和日商在台的工作經驗有關，在台愈久的日商愈有可能和本地廠商建立長期的合作關係，因而加深本土化的程度。

產品的特殊性和產程的特殊性相較，到底是美商還是日商擁有

較高的本土化能力，不得而知，如果我們以自製率作為本土化的指標，則表一的數據指出了部份的答案。由表一可見在 1975 至 1989 年間，各年美商均較日商有較高的自製率，而且這項差距有擴大的趨勢。美商在 1975 年的自製率是 68.5%，到 1989 年時提高為 76.6%，而日商則僅有些微的變動，在同期間由 62.5% 升高到 65.4%。可能的解釋是在此期間台灣本土產業的技術能力提昇逐漸能提供美商所需的零組件，另一方面隨著技術的普及，美商的產品特殊性逐漸式微，也有助於本土化的進展。相對的，日商的製程特殊性在此期間仍屹立不搖。台灣本土產業的供應能力提高雖有助於本土化，但日商的本土化進度受其在台經驗的影響，加上新廠商的不斷加入可能使整體的本土化指標不易提高。美商的產品特殊性降低的一項表徵是 1980 年後期美商生產的重點產品——資訊產品和台灣本土的資訊產業在產品的功能及生產技術上已有極高之相似性。這項結果也顯示美商之適應本土的能力較日商為高而調整生產技術之成本較日商為低。

根據日本學者安保哲夫的說法，日本製造業經營的特徵是「以全公司的參與意識、員工的一體感為基礎的現場中心主義，透過工作場所的管理營運以凝聚力及融通性創造高水準的工作效率及品質」（安保哲夫，1988:28）。這種以人為基礎的製程優勢在運用於地主國時可能產生文化上格格不入的現象，而如果加以調節，則可能喪失了其競爭力的根本，因此造成兩難的困境。根據 Trevor (1983) 的研究，日式的經營模式不易為當地的管理層吸收，但對藍領階級的員工而言，卻無太大的接受困難。因此維繫日式經營系統的運作往往需要日本經營者的親自坐鎮，而這些經營者習慣於母廠的運作方式，對日系的零組件及中間材有偏好，亦影響了本土化的進度。



## 肆、影響零件內購的因素

上節僅就日商及美商的平均內購比率及自製率等作比較，屬於猜測與推斷的成份居多，並未經嚴格的驗證。產品的特殊性與產程的特殊性也不易加以量化，但如果對個別廠商的本土化型態加以比較研究，也許能找出一些蛛絲馬跡。事實上，不論在日商或美商當中，個別廠商間的差異很大，因此我們有必要對差異的原因作一探討，而由此也可以對本土化的決定因素有進一步的認識。我們列舉了以下幾個相關的變數作為解釋內購比率的變數。

### 一、內銷比率 (SDOM)：

如第一節所述，市場的導向可能影響到採購的來源。如果內銷的產品具有內銷市場特有的屬性，而為了創造這種屬性，可能必須和本地的產業作較為密切的配合，果若如此，則內銷比率將與原料的內購比率有正面相關的關係<sup>5</sup>。內銷比率以百分比為衡量單位。

### 二、資本密集度 (KLR)：

以固定資產對員工人數的比值衡量，單位為每人新台幣千元。相對於美日而言，台灣本土產業的生產方式是較為勞力密集的，那麼資本密集度愈高的廠商表示和台灣的一般生產型態距離愈大，或者是其特殊性愈高，而如第一節所述，特殊性較高的產業較不易本土化，因此我們預期資本密集度和內購比率為負相關。此外，資本密集的生產所使用的中間投入往往需具備較高的精密度，如果本土產業的技術水準不足亦不易提供此類產品。

### 三、中小企業 (DSME)：

母廠的規模愈大者，其零組件在母國自製或自母國市場採購均相對有利，因此由子公司自行在當地採購的意願就不高，因此母公

司的規模愈大者愈不會本土化。不過大企業的投資亦可能帶動衛星工廠的投資或致力於本地協力廠的培植，因而有利於本土化。中小企業無論在招致衛星工廠或培養協力廠方面均力有未迨，但如果產銷體系開放，中小企業亦能利用大企業所羅致或養成的零組件供應商。因為我們對母公司的資料不易掌握，而據了解在台投資的美商均屬大廠，而日商則有部份中小企業，我們乃以中小企業的虛擬變數作為解釋變數。若日系企業母公司的資本額小於1億日圓者視為中小企業，令  $DSME = 1$ ，其餘為0。美商則全數視為零（大企業）。我們預期中小企業的內購比率較高。

#### 四、當地資本參與率 (DMCP)：

多國籍企業是否有本地的合夥人影響到本地化的進度。多國籍公司所以固守成規，不積極調整其生產方式的原因之一是對當地市場資訊的不足 (Morley and Smith, 1977)，因此本地合夥人的存在應有助於解決資訊不足的問題。我們預期此變數對內購比率有正面的效果。當地資本參與率以百分比衡量。

#### 五、附加價值比率 (VA)：

即附加價值占產品最終價值的比率，以百分比衡量。附加價值的增加本身即是本土化的一環，問題是當廠商提高廠內的附加價值時，其所取代的外購原料到底是來自國外（含母廠）的原料或者是當地的原料。亦即廠內垂直整合的加深是用以取代海外的供應商或是取代本地的供應商來達成的？我們的猜想是子公司垂直整合的結果是取代來自母廠的供料多於取代本地的供料。理由是國際投資是廠內生產的國際分工，當海外生產的附加價值提高時，即縮短國內母廠之生產以為因應。因此我們預期附加價值高的廠商有較高的內購比率。

## 六、廠商在台年數 (AGE)：

以廠商在台經營的累積年數衡量。廠商的本土化既是一種生產技術的調整，時間愈長，調整的幅度應愈大。因此在台年數應有助於提升內購比率。

## 七、時間 (YEAR)：

以年度（如 1975 年以 75 表示）為衡量值。時間代表許多東西，但此處主要是想以時間來代表台灣電子相關產業的發展程度；亦即產業的聚集效果及本土產業供應相關零組件的能力。時間愈後，相關產業愈發達，愈有助於外商的本土化<sup>6</sup>。此外，外資亦有以自母廠採購以達價格移轉 (transfer pricing) 的目的，這種意願會隨著外匯的自由化或台灣本地利潤稅稅率的下降而降低，時間變數亦可能掌握這項效果。簡言之，時間代表了供給面的變化，其影響如何，還得看需求面的特性。

## 八、消費性電子產品 (DCON)：

消費性電子產品之虛擬變數。外商電子業中以零件業為最多，但不同的產品線可能因生產之性質互異，對內購的需求亦自不同。消費性電子泛指電視、音響、收錄音機、吹風機等家用電子產品。一般而言，這類產品在轉移至台灣生產時，其特殊性已相當低（標準化產品），因此應有足夠之本地化意願。此外，我國政府亦對電視、冰箱等產品訂有自製率之限制。可以預期其較電子零組件（基準產業）有較高之內購比率。

## 九、產業用電子產品 (DIND)：

產業用電子產品之虛擬變數，其種類包含電腦、顯示器、電子儀器（如震盪器）、通訊器材等。這類產品和電子零件相較，因前者之中間材為零件本身，而台灣有相當大的零件產業（含外商在

內)，而後者之原料多為基本材料，台灣在此方面基礎薄弱，因此我們預期產業用電子有較寬廣的空間從事本土化。

#### 十、加工出口區 (DDFZ)：

為加工出口區的虛擬變數。加工出口區的產品必須全數外銷，但外銷對內購比率的影響已由內銷比率 (SDOM) 衡量，是否除此之外，加工區還有特殊的影響不得而知。在 Schive and Majundar 的研究中雖然發現加工區的廠商之自製率普遍較低，但電子業卻是例外。

薛琦 (1981) 曾對台灣的電子業僑外資廠商之在台採購做類似研究，結果發現廠商的在台年數對在台採購有正面的影響，而外資股權的比率、加工區、出口比率均對在台採購有負面影響，此外，成品業的廠商較生產中間財的廠商有較高的內購比率。本文之分析法雖有不同且涵蓋時間較長，但變數與薛文有許多重疊之處。

根據以上的解釋變數，我們對美日廠商的內購比率作迴歸，我們發現美商和日商的決策模型有明顯的不同，而 1980 年以前和 1980 年以後，迴歸結果也有明顯的不同，因此乃將美、日商分開分段作迴歸。首先表三列舉了 1975~1979 年間的迴歸結果。就日商而言，迴歸結果大抵和預測的符號相合，但中小企業的虛擬變數 (DSME) 及時間 (YEAR) 的變數不顯著，此外，加工出口區的虛擬變數 (DDFZ) 有明顯的正效果，顯示加工區的廠商在台購料的比率反而較高。這對加工區廠商較易成為「封閉區」的說法，是一項反證。事實上，在加工區內所享受的優惠及出口限制和區外的保稅工廠並無太多差別，唯加工區是基礎建設完備甚至可承租標準廠房的工業特區，因此對急於投資或者希望降低撤退成本的廠商應有較大的吸引力，這類廠商一般而言，特殊性較低，因此本土化的意願也高。

美商部份的迴歸和日商的結果有幾點不同：第一，當地合夥人的比率對美商的內購比率有負面的影響，雖然顯著水準不高，但此結果正好和日商的情形相反，也不同於我們的預期。似乎美商並無

表三：內購比率的決定要素 1975-1979 年  
一般最小平方法迴歸結果

被解釋變數：內購比率（單位：%）

	日 商	美 商
常數項	-73.92 (1.4)	-208.51** (2.4)
SDOM	0.07* (1.7)	0.09 (0.7)
KLR	-0.05** (4.3)	-0.04** (2.3)
DSME	-2.25 (0.9)	
DMCP	0.25** (4.8)	-0.52* (1.8)
VA	0.09** (2.1)	0.17** (5.0)
AGE	0.55** (3.7)	-1.64** (2.5)
YEAR	1.16 (1.5)	3.45** (2.6)
DCON	20.02** (6.8)	34.65** (6.2)
DIND	7.47** (2.3)	9.98** (2.0)
DDFZ	5.44* (1.8)	4.96 (1.2)
樣本數目	402	139
Adjusted R2	0.2984	0.3239

註：括號中數字為t值，

\*代表在10% 顯著水準下顯著，

\*\*代表在5% 顯著水準下為顯著。解釋變數中之

SDOM, KLR, DMCP, VA均以偏離樣本平均值的數值  
(deviation)作迴歸變數。

須借重本地的股東以促進本地化的推展；第二，附加價值對美商的內購比率有較日商強烈的效果，當附加價值提高 1% 時，美商在本地採購的比率提高 0.17%，日商則只提高 0.09%，這似乎是說明美商在子公司內垂直整合度增加時，對來自海外的零組件有較大的替代效果。如果替代的內容包含了廠內的貿易，這也表示美商較樂於把母廠的生產轉移到海外；第三，美商的內購比率隨著時間 (YEAR) 而增加，但卻隨著在台經驗而減少。注意當 YEAR 增加一年時，每一廠商亦均成長一歲，因此時間對內購比率與總效果應由 YEAR 與 AGE 的係數相加而得，因此美商仍將隨著時間而增加內購比率（每年增加 1.1%）。唯在同一時間點上，較老的廠商反而採購較少的

本地原料，這顯示美商的本地化事實上是由於台灣的產業環境變遷亦即零組件供應能力提昇所促成，而早期進入台灣的廠商反而因為從較低的內購比率開始，因此本土化程度較低。這顯示早期進入台灣市場的美商所引進的產品在當時具有高度的特殊性，後期廠商的產品則特殊性漸低。值得注意的是日商的內購比率隨著在台年數而提高（每年增加 0.55%），但卻不受代表供給變數的時間（YEAR）左右。這和我們猜想日商的特性藏諸於產程的假設是相符的，時間雖改變了台灣本土產業的供給能力，但欲融入日系的生產網路中須與日商長期合作才有可能，因此日商的在台年數是影響其本土化的重要變數。美商的特殊性在產品，供給面的效果較顯著，在台經驗並不重要；第四，加工出口區的效果對日商而言為正，對美商而言，並不顯著。

綜合而言，除了產品線的差異之外（內購率以消費性電子為最高，其次為產業性電子），影響內購的比率顯著的有內銷比率、資本密集度、外資比率、廠內附加價值的比率，廠商在台年數及時間等。而美日廠商之間的差異則顯示美商主要是隨著台灣產業環境之變化而調節其內購率，日商則依其經驗而逐步調高其內購率；換句話說，對美商而言，後進的廠商通常有較高的內購率；而對日商而言，則是先進的廠商有較高的內購率。如前所論美商的特殊性在產品，隨著時間的流逝，台灣及美國間的所得差距縮小，因此後進廠商在台灣產業之關連效果升高。相對的，日商的特殊性在製程，這種特殊性需要由其本身的在台經驗中慢慢去調節。本地產業與日商間的合作（供需）關係也需要時間慢慢去培養。

其次我們對 1980 ~ 1989 年的資料作迴歸分析。因為此期間的資料除了原材料的內購及進口比率外，尚有進口地區的詳細資料，因此我們可以作較詳盡的地區性來源分析。在被解釋變數部份除了自台灣採購的比率（MDOM）外，我們增列了自美國採購比例（MAMR）及自日本採購比率（MJPN）作為分析的標的。在解釋變數方面亦加列了美國市場的銷售比率（SAMR）及日本市場的銷售比率（SJPN）。因

為三個採購來源中間有相當的相關性，因此我們以似無相關迴歸法 (seemingly unrelated regression) 作為分析的工具，其結果分別列於表四及表五。

表四：日商自美、日、台灣採購之決定因素 1980-1989 年  
似無相關法迴歸的結果

被解釋變數	MDOM	MAMR	MJPN
常數項	-46.913** (3.3)	1.532 (0.5)	-201.045** (13.2)
SDOM	0.038 (1.4)	-0.001 (0.1)	0.104** (3.5)
SAMR	-0.019 (0.5)	0.074** (9.1)	0.204** (5.2)
SJPN	-0.124** (4.8)	-0.009 (1.5)	0.366** (13.0)
KLR	-0.002* (1.7)	0.000 (1.4)	-0.003** (2.2)
DSME	4.728** (3.1)	1.242** (3.6)	-5.731** (3.5)
DMCP	0.164** (5.6)	-0.008 (1.2)	-0.086** (2.7)
VA	0.000 (1.2)	-0.000 (0.2)	-0.000 (1.4)
AGE	0.288** (3.3)	0.088** (4.5)	-0.160* (1.7)
YEAR	0.967** (4.9)	-0.009 (0.2)	3.531** (16.5)
DCON	21.709** (12.0)	-1.960** (4.8)	-20.431** (10.4)
DIND	8.589** (4.3)	0.020 (0.0)	-11.982** (5.5)
DDFZ	2.319 (1.3)	-1.480** (3.8)	-1.837 (1.0)

樣本數目：1341

註：(1)MDOM：自台灣本地採購（內購）比率（%）

SDOM：內銷比率（%）

MAMR：自美國採購比率（%）

SAMR：銷美比率（%）

MJPN：自日本採購比率（%）

SJPN：銷日比率（%）

(2)符號同表三。

(3)0.000表示其值小於0.001，-0.000表示大於-0.001，  
0.0表示小於0.1。

和 1980 年前的結果相比較，最大的不同是廠內的附加價值對採購的來源不再發生顯著的影響。這項結果相當令人意外，顯示外商的國際分工型態在 1980 年後產生了根本性的變革。原先純粹以境外加工為主流的對外投資演變成較為複雜的分工關係。當子公司內部垂直整合程度提高時，不只替代了來自母國的中間材，也替代了來自本地乃至於他國的中間材，這表示台灣的零組件供應與來自母國的零組件供應對於多國籍公司在本地的生產有平等的替代廠內生產的作用。換句話說，在 1980 年之前，外商在決定其在台從事之附加

價值時主要考慮是此一步驟應在台生產或由母廠負責或自母國市場採購。在 1980 年以後，除了上述考量外，尚且考量此一部份是在廠內自理或由台灣的廠商供應（或承製），這無疑代表了台灣相關產業的進步。

表五：美商自美、日、台灣採購之決定因素 1980-1989 年  
似無相關法迴歸的結果

被解釋變數	MDOM	MAMR	MJPN
常數項	-58.305** (2.2)	-65.309** (2.9)	-114.298** (5.9)
SDOM	0.002 (0.0)	0.212** (3.6)	-0.150** (3.0)
SAMR	0.039 (1.0)	0.215** (6.5)	-0.027 (0.9)
SJPN	-0.338 (1.5)	0.134 (0.7)	0.719** (4.3)
KLR	-0.001 (0.7)	0.002** (2.0)	0.001 (1.1)
DMCP	0.052 (0.5)	-0.132 (1.6)	-0.010 (0.1)
VA	-0.002 (0.7)	-0.002 (0.8)	0.003 (1.4)
AGE	-0.105 (0.5)	0.195 (1.1)	-0.269* (1.8)
YEAR	1.205** (3.1)	1.264** (3.8)	1.838** (6.6)
DCON	26.722** (6.7)	-16.300** (4.8)	-2.044 (0.7)
DIND	15.619** (4.9)	-8.601** (3.1)	-1.371 (0.6)
DDFZ	5.705** (2.0)	-2.514 (1.0)	-2.864 (1.4)

樣本數目：473。

註：同表四。

除此之外，原先效果不顯著的中小企業虛擬變數在 1980 年以後變得顯著。日本的中小企業不論在台採購或自美國採購原料均較大型企業積極，而自日本進口則相對較少。至於何以在 1980 年以後此一效果才變得顯著，我們覺得一方面可能是 1980 年以後台灣電子產業競爭程度增加的緣故，而以中小企業為主體的本地企業自然也對同質的日本中小企業產生較大的壓力。另一方面，台灣本土產業供應能力提高也提供了日本中小企業在台採購的機會。對大型企業而言，因為台灣缺乏具有威脅力的競爭者，因此較不易感受到相同的壓力。

和 1980 年前相同，美商仍然隨著時間的增加提高對台灣之原材



料採購比率，但在此同時，亦增加自美國及日本之採購比率，可見對美商而言，此三地區之生產已形成較密切的網路關係，意味著自其他地區的採購（如歐洲）因此而減少。原本老廠商具有的本土化惰性也在 1980 年後消失無形，經驗變數 (AGE) 只會增加對日之採購。在日商方面，在 1980 年前不顯著的時間變數 (YEAR) 也在 1980 年後變得極為顯著。隨著時間的進展，日商自台灣及日本採購的比率均增加。後者的效果尤其很強（每年增加 3.5%），這意味著日商本土化的提高，並未犧牲和母國的連鎖關係，倒是對其他地區採購減少了。這可能是 1980 年以後在台日商不斷調整其產品線，新產品推出後增加自本國的採購比率，但另一方面台灣本土產業的發展也促使本地採購比率的增加，使雙方產業垂直整合的程度逐年加深。此外，日商的「經驗效果」仍舊存在，在相同的時點，老廠較新廠採購較高比率的台製及美製的零組件而減少對日本之依賴。

除此之外，其他變數的效果大體和 1980 年前相同，值得注意的是地區性銷售的比率對原材料零組件的影響。在日商方面，內銷比率影響到自日採購的比率：內銷比率愈高的廠商自日本採購的比率也愈高，一方面反映了日本產品必須以日製零組件突顯其特性的一面；另一方面也反映了日商以零件出口取代產品出口的對外投資策略。以內銷為導向的廠商係以投資取代出口作為進入地主國市場的管道，因此將零組件納入本地的生產體系中是必要的手段，此一現象在美商中亦可觀察到，內銷的產品中含有較多的美製零件和較少的日製零件。外銷美國的比率也正面地影響自美及自日的採購比率。另外，回銷母國的產品亦使用較多的母國零件；日商回銷日本的比率，顯著的增加自日本採購的比率而降低在台灣採購的比率；同樣的情形也發生在美商身上，美商銷美的產品有較高的美製零件內涵。這種現象明白表示零組件是彰顯產品特性的重要工具。

## 伍、結論

往昔學者們對於多國籍公司的本土化多持悲觀的看法，認為市場的力量不足以敦促這些企業和本地的產業發生足夠的關連，但台灣的經驗似帶來一絲樂觀的訊息。即使是一般認為相當封閉的日系企業，在我們的樣本中亦顯示出穩定地增加自本地採購原材料及零組件的傾向，這項採購是基於其經驗累積而調整其生產技術而達成的。雖然原材料及零件的本土化不一定代表技術的全面本土化，但至少是朝此一方向前進。除此之外，台灣產業本身的成長，亦促使外商自本地取得更多原材料零組件的供應，而美商對此的反應尤為熱烈。

我們覺得日商和美商在本土化上的不同作風是源於其比較利益的不同，而非源自產業結構的差異。美商的比較利益是基於其產品的特殊性，這種特殊性會隨著時間而磨滅，但在生產技術方面若欲調節並無太多的困難。相對的，日商的特殊性在製程及其管理，這部份的特殊性較不易受時間的毀損，但若欲調節則必須付出相當大的成本，因此調整的速度較為緩慢。整體而言，在樣本期間裡（1975～1989年）我們的數據顯示美商本土化的速度較日商為快。

除了比較利益本質的差異外，產品的銷售市場亦影響本土化的進度。我們發現內銷導向的外商並不比外銷導向的外商具備較高的本土化動力。反而外商習於以本國的中間材及零組件突顯其產品的特性，以擴大在台灣的銷售。此外銷日的產品對日製零組件需求較大，銷美的產品對美製零組件的需求較大，顯示兩地消費市場各具特性。

本文的研究僅就市場及技術面的因素加以討論，事實上政府對外資的政策乃至一般的產業政策對本土化均可能發生影響，這是本文未加以探討的部份。

## 註 釋

- 1 有關外商的技術調整，可參考 Chen(1992)。
- 2 廠商之特有優勢可以用各種方式創造利潤，例如：直接出口、授權生產以收取權利金、技術合作以收取技術報酬金等，如果這些方式行不通、獲利不大、或者有外溢之虞時，則投資是最佳選擇。
- 3 樣本包含所有外資參與之企業，不論外資比率多寡均稱之為「外資廠商」。
- 4 此意謂美商製造的產品之所得彈性較日商製造之產品為高，此一假說應可加以驗證。除了所得彈性之外，台灣曾被日人統治 50 年，台灣消費者對日製產品較能接受亦是原因。
- 5 此處將內銷比率視為外生變數，是假設內購比率不會影響到廠商內外銷的決定，但不排除原料採購的來源影響到產品銷路的可能性。
- 6 如第一節所述，本土企業可能和外資企業相互吸引，產生聚集效果，人力資源的累積亦可能受到外資企業的鼓舞，這些效果是內生的；以時間來代替作為外生變數似亦適切。

## 參考資料

薛琦

- 1981 「我國外資廠商國內採購之研究：兼論與我國第二次進口替代產業發展之關係」，中央研究院經濟研究所臺灣對外貿易會議，（8月21-23日）。
- 1983 「直接外人投資、技術移轉與臺灣的工業發展」，臺灣工業發展會議，頁 471-501。台北：中央研究院經濟研究所。

吳榮義、陳彥煌

1988 美商投資的技術轉移效果。臺北：中央研究院美國文化研究所出版。

Buckley, Peter and Mark Casson

1976 *The Future of the Multinational Enterprise*. London: MacMillan.

Caves, Richard

1971 "International Corporations: the Industrial Economics of Foreign Investment," *Economica*, 38:1-27.

Chen, Tain-Jy

1992 "Technical Change Technical Adaptation of Multinational Firms: the Case of Taiwan's Electronics Industry," *Economic Development and Cultural Change*, 40 (23):867-881.

Chou, Tein-Chen

1988 "American and Japanese Direct Foreign Investment in Taiwan: a Comparative Study," *Hitotsubashi Journal of Economics*, 29(2):165-179.

Dietz, James

1985 "Export-Enclave Economics, International Corporations, and Development," *Journal of Economic Issues*, 513-522.

Hymer, Stephen

1960 *The International Operations of National Firms: a Study of Direct Foreign Investment*. Ph.D. Thesis, MIT Press, Cambridge, MA 1976.

Kojima, Kiyoshi

1973 "A Macroeconomic Approach to Foreign Direct Investment," *Hitotsubashi Journal of Economics*, 14:1-21.

Kotabe, Masasaki and Glenn Omura

- 1989 "Sourcing Strategies of European and Japanese Multinationals: a Comparison," *Journal of International Business Studies*, 20:113-130.

Lall, Sanjaya

- 1979 "The Indirect Employment Effects of Multinational Enterprises in Developing Countries," Employment Effects of Multinational Enterprises Working Paper No.3, (Geneva: International Labor Office).

Lecraw, Donald

- 1979 "Choice of Technology in Low Wage Countries: A Non-Neoclassical Approach," *Quarterly Journal of Economics*, 53:631-654.

Lee, Chung

- 1980 "United States and Japanese Direct Investment in Korea: a Comparative Study," *Hitotsubashi Journal of Economics*, 20:26-41.

Lim, Linda and Pang Eng Fong

- 1982 "Vertical Linkages and Multinational Enterprises in Developing Countries," *World Development*, 10:585-595.

Mason, Hal

- 1980 "A Comment on Professor Kojima's Japanese Type Versus American Type of Technology Transfer," *Hitotsubashi Journal of Economics*, 42-52.

Morley, Samuel and Gordon Smith

- 1977 "Limited Search and the Technology Choices of Multinational Firms in Brazil," *Quarterly Journal of Economics*, 91:263-187.

Schive, Chi

- 1988 "Linkages: Do Foreign Firms Buy Locally in Taiwan," paper presented at the Inaugural Convention of the East Asian Economic Association, Kyoto, (October 28-30).

Schive, Chi and Majumdar Badiul

- 1990, "Direct Foreign Investment and Linkage Effects: the Experience of Taiwan," *Canadian Journal of Development Studies*, 11:325-342.

Siddharthan, Natteri and Nagesh Kumar

- 1990 "The Determinants of Inter-Industry Variations in the Proportion of Intra-Firm Trade: the Behaviour of US Multinationals," *Weltwirtschaft Archiv*, Band 126, Heft 3, 581-591.

Singapore Applied Research Corporation

- 1979 "A Study of Electronics Supporting Industries," Mimeographed Report.

Trevor, Malcolm

- 1983 *Japan's Reluctant Multinationals*, Frances Printer, 1983.

Vernon, Raymond

- 1966 "International Investment and International Trade in the Product Cycle," *Quarterly Journal of Economics*, 80: 190-207.

Weisskoff, Richard and Edward Wolff

- 1977 "Linkages and Leakages: Industrial Tracking in an Enclave Economy," *Economic Development and Cultural Change*, 25:607-628.

Wheeler, David and Ashoka Mody

- 1992 "International Investment Location Decisions: the Case

of U.S. Firms," *Journal of International Economics*, 33:  
57-76.

Williamson, Oliver

1987 "The Modern Corporation: Origins, Evolution,  
Attributes," *Journal of Economic Literature* 19:177-  
191.

安保哲夫（編著）

1988 日本企業のアメリカ現地生産。東京：東洋經濟新報社。

## 寡佔市場中阻止新廠商進入 的遊說自約均衡\*

翁世芳\*\*

### 壹、引言

不管廠商是以價格或數量競爭，新進廠商將會降低既存廠商的潛在利潤（例如 Hurwicz 1989），因此既存廠商有阻止新廠商進入的動機。而一個有效的阻止工具必須通過兩項測試。首先，既存廠商必須能夠為這個工具找出可以避免搭便車問題<sup>1</sup>的解 (solution for free rider problem)；再則，若這個解要成為對可能的進入者的有效威脅，因而使得他們真的不敢進來，那麼如果可能的進入者真的進來，執行這個阻止工具必須是既存廠商的最適行動。換句話說，既存廠商為這個阻止工具所找出來的解必須是一個 subgame perfect equilibrium。

關於阻止進入均衡解的 perfection，Dixit(1980) 的模型顯示，在一個 Cournot 競爭的環境下，若生產非但要變動成本，也要固定成本，那麼既存廠商的固定資本投資可以是對想要進入的潛在廠商的有效威脅。Rasmusen(1988) 把新廠商進入產業視為要脅既存廠商將它買下的手段，因而將威脅的可信性的問題從既存廠商的問題變成潛在廠商的問題。

---

\* 作者非常感謝宋玉生教授、吳民志博士、麥朝成所長、許松根教授以及中研院經濟所同仁對本文所提供的寶貴意見。作者尤其衷心感謝匿名審稿者為本文所費的心力，當讀者肯定本文的可讀性及學術價值時，當聯想到他們精闢而懇切的建議。若有餘誤，作者當負全責。

\*\* 中央研究院經濟研究所助研究員。



阻止新廠商進入所牽涉的搭便車的問題，仍是文獻上尚無定論的議題。如果用來阻止新廠商進入的工具，例如：最大產能 (capacity)、產出、或是特定投資 (specific investment) 的關鍵量是一個已知的常數，則既存廠商在這個阻止工具的投資會達到這個關鍵量，搭便車的問題或是不存在或是無關緊要（參見 Bernheim 1984, Gilbert 及 Vives 1986）。在這常數的臨界量上，每一家既存廠商的阻止工具的投資的邊際報酬 (marginal return) 為無窮大。當其他既存的廠商都將誠實地奉獻他們的公平份額，那麼任一個單一廠商的最大好處就是也跟著誠實地奉獻他的公平份額。反之，若有任何一個既存廠商的奉獻少於他應付的份額，那麼對於任何一個和所有其他的廠商的最大好處就是跟著不要做任何奉獻。然而，若我們容許這些既存的廠商自由地溝通，那麼大家都不做阻止新廠商進入的工具的必要量的奉獻的解可以被排除，因為達成大家都誠實地奉獻的解會讓每一個既存廠商蒙受較大的好處（參見 Bernheim 及 Whinston 1987）。

在阻止進入工具的關鍵量上加上不確定性 (uncertainty)，Waldman (1987) 發現如果這個工具除了用來阻止新廠商進入之外別無他用，那麼搭便車的問題就很重要；如果這個工具本身就是廠商用來競爭利潤的變數，那麼搭便車的問題就無關緊要。因為在後面的情況，想要佔有較大的市場額 (market share) 的動機凌駕了要減少成本的動機，在均衡時，阻止工具所需的關鍵量會被籌足或超過。

所有現存的，討論阻止進入的搭便車問題的文獻可分成兩類：一類將廠商的利潤函數壓縮成廠商數目的函數，而將阻止進入工具的投資視為獨立支出（例如：Bernheim 1984），並且這個工具除了用來阻止新廠商進入以外，別無他用。另一類則是將既存廠商用來競爭利潤的變數當成是阻止進入的工具（例如：Gilbert 及 Vives 1986）。第一類忽略了當既存廠商要參與阻止新廠商進入的行動時，他也有想要從現存的敵對廠商手中奪取更大利潤的動機；而第二類文獻則有它們的解可能不是 subgame perfect 的問題<sup>2</sup>。

若要對阻止新廠商進入所牽涉的搭便車問題有更清楚的了解，那麼以上所提的模型上的缺失就必須先加以矯正。在他們的 Coalition-Proof Nash Equilibria 的論文中，Bernheim、Peleg 以及 Whinston(1987) 舉了一個既存廠商做某種資本投資以降低邊際生產成本，進而阻止新廠商進入的例子。相較於其他文獻，他們的論文向前推展了一步，因為他們間接地把廠商用以競爭利潤的變數和阻止進入的工具做一聯結，但並不合併。本文則將文獻推展到將廠商用以競爭利潤的變數以及用來阻止進入的獨立工具同時明白地在模型中討論<sup>3</sup>。

考慮一個國內市場。在此市場中，國內寡佔廠商在兩期中製造同質產品 (homogeneous products) 以競爭利潤。假設現在在第一期中，有一個外國廠商覬覦這個國內市場的潛在利潤而想要進入。如果他成功地進入這個市場，他將於第二期與國內的既存廠商競爭利潤<sup>4</sup>。

在外國廠商可能進入的威脅下，本國既存廠商的一個可行的自衛方法就是去遊說本國的管理者，使得他們禁止外國廠商進入本國市場。不同於超額生產能量 (excess capacity) 或限制價格 (limiting pricing) 的均衡解，本文的遊說均衡解一旦存在，就沒有不是 subgame perfect 的問題。

本國的管理者將會權衡保護本國廠商和讓外國廠商進入帶給他的利益各是多少，然後做一抉擇。管理者追求自身的最大利益，從而有一定額的遊說投資會使得管理者願意阻止外國廠商進入。

本國的既存廠商一方面在產量上彼此競爭利潤，另一方面他們試圖營造一個有效的遊說以使得外國廠商無法進入。這些既存廠商得以隨時自由地討論他們的策略，但無法建立起具強制性的協議，也就是廠商沒有非得執行自己提過的策略不可的義務。雖然原始意圖是不合作地競爭，只要策略方案符合他們個別的利益，這些既存的本國廠商能同時在產量以及遊說投資上互相搭配 (coordinate)。在底下的討論中，本文將假設既存的國內廠商知道管理者的利益函數

(benefit function)。但試圖進入本國市場的外國廠商並不知道本國管理者的利益函數。

每一個既存的國產廠商比較不做遊說投資而在第二期多與一個技術較先進的外國廠商競爭所能獲得的利潤，與做足夠的遊說投資而在兩期中，只與現存的敵對廠商競爭所能獲得的利潤。遊說的成本以及是否成功則依本國管理者對本國既存廠商的偏愛程度以及對他們遊說的反應程度而定。在阻止進入上奉獻可防止利潤被新進廠商瓜分，趁機擴張產量卻可將現存的敵對廠商的利潤也歸為己有。每一既存廠商選擇使得自身利潤最大化的產量並且同時決定是否誠實地貢獻他所應負擔的遊說投資。

本文將顯示若管理者對本國的既存廠商有足夠的偏愛並且也易於屈服於他們的遊說，則存在廠商以產出做為利潤競爭的變數，以遊說做為阻止工具的自約均衡 (self-enforcing equilibrium)。否則，在遊說投資上將有搭便車問題出現。亦即必要的遊說投資無法被籌足。本文將探討阻止新廠商進入的搭便車問題擴展到一個可消除文獻上二分法的場景。本文的阻止工具獨立於既存廠商的利潤競爭變數，但受制於敵對廠商以外的第三者。與既存文獻相反的，本文顯示即使阻止進入的工具的關鍵值不含任何不確定性，如果我們將既存廠商在其他面向 (dimension) 的競爭加以明白討論，那麼搭便車的問題仍會出現。在本文中，搭便車問題是否重要依既存廠商的成本情況以及管理者對既存廠商遊說的反應程度而定。即使這個阻止進入的工具除了阻止新廠商進入以外，別無他用，搭便車問題仍然可能存在。本文也對國內既存廠商與管理者之間的聯結會如何影響國內的產業結構提出了簡單的說明。再則，本文對於為何某些團體可以營造一個成功的遊說提供了一個分析性的解釋。

本文第二節描述基本架構。第三節探討在各種不同的情況下，可能的阻止進入的自約均衡。那裡也討論重要參數的比較靜態分析。最後一節對本文的主要結果下一結論，並建議未來擴展本文的研究方向。

## 貳、模型

考慮一個有兩家本國廠商的產業。這兩家本國既存廠商生產同質產品並且有相同的邊際生產成本  $c$ 。有一家潛在的外國廠商，它具有生產此產品的較進步的技術。爲了簡明起見，將此潛在的外國廠商的成本設爲零。

外國廠商是否能進入本國市場完全操縱在本國管理者手中。這個管理者的目的在於從這個外國廠商進入的事件中獲得自身的最大利益。

面臨著進入的威脅，本國既存廠商有遊說這個管理者去禁止外國廠商進入的動機。因爲只與現存的敵對廠商競爭比多與另一個擁有較進步技術的廠商競爭顯然較有利可圖。而要拓展一個新市場，外國進入者 (entrant) 也許會賄賂<sup>6</sup> 這個管理者，或者外國政府也許會對這個管理者施加政治壓力以促成這個外國廠商進入本國市場。在本文中，我將假設這些從外國來的賄賂或政治壓力對於本國管理者而言是外生的 (exogenous)。而這個賄賂的數額當然是要小於外國廠商可以從本國市場獲得的潛在利潤。

### 一、管理者的最適化問題 (Optimization Problem)

管理者的目的在於從這個進入的事件中獲得最大的總利益 (total benefit)

$$B = \delta l^\alpha - nkl + k, \quad (1)$$

其中， $B$  是管理者的總利益， $l$  是國內既存廠商的遊說投資， $k$  是外國廠商的賄賂或是外國政府給的政治利益， $\delta$  是當管理者迎合本國廠商的遊說時他可得的邊際利益， $n$  則代表本國廠商的遊說會減損管理者從外國廠商那裡攫取的利益的部份， $\alpha$  代表本國管理者對既

存廠商遊說的屈從程度。值得注意的是遊說投資或外國廠商的賄賂分別不會超過廠商可由阻止進入或進入可獲得的潛在利益。在底下的分析中，將假設這個界限被滿足。

由(1)式，管理者追求最大自我利益的結果，產生了

$$l = \left[ \frac{nk}{\alpha\delta} \right]^{\frac{1}{\alpha-1}} \quad (2)$$

$l$ 是在既定的外國賄賂  $k$  下，會使得管理者甘心樂意去阻止新廠商進入的關鍵遊說投資量。

## 二、本國既存廠商的最適化問題

賽局有兩期。既存廠商可於任何時間自由地討論他們的策略，但他們無法建立起具強制性的協議。廠商生產同質產品並且以數量競爭利潤。

既已明瞭必須籌集多少遊說投資才能阻止新廠商進入，每一個既存的本國廠商就要在第一期決定是否誠實地貢獻他所應負擔的遊說投資以及要生產多少。

若在第一期中，廠商籌集了足夠的遊說投資，那麼在整個賽局中就只有這兩個本國既存廠商互相競爭；否則，在第二期時，外國廠商就加入競爭。

令市場的反需求函數為

$$P = A - X, \quad A > 0 \quad (3)$$

其中  $X$  是市場上的總產量， $P$  是對應的市場價格， $A$  是一個正的常數。假設這兩個既存廠商有相同的生產成本，在沒有新廠商進入的情況下，既存廠商的利潤函數為

$$D_i^2 = (A - x_1 - x_2)x_i - cx_i, \quad i = 1, 2, \quad (4)$$

其中  $x_i$  是第  $i$  個廠商的產量， $c$  是邊際生產成本。Cournot Nash 均衡產量為  $x_1 = \frac{A-c}{3}$ ； $x_2 = \frac{A-c}{3}$ ，相對映的市場價格為  $P = \frac{A+2c}{3}$ 。於是，在沒有新廠商進入的情況下，每一個既存廠商的 Cournot Nash 利潤為

$$D_i^2 = \left( \frac{A+2c}{3} - c \right) \frac{A-c}{3} = \frac{(A-c)^2}{9} \quad (5)$$

若這兩個廠商互相搭配 (coordinate) 去追求最大的聯合利潤 (joint profit)，那麼他們會極大化

$$II^J = (A-X)X - cX, \quad (6)$$

其中  $II^J$  代表他們的聯合利潤。使得  $II^J$  達到最大值的  $X$  為  $X = \frac{A-c}{2}$ ，所帶出的市場價格為  $P = \frac{A+c}{2}$ 。因為在本文中兩個既存廠商有對稱的生產成本，在均衡時，每一廠商生產一半的總產量並分享一半的聯合利潤。

$$\pi_i^J = \left( \frac{A+c}{2} - c \right) \frac{A-c}{4} = \frac{(A-c)^2}{8}, \quad i=1,2, \quad (7)$$

其中  $\pi_i^J$  代表，如果既存廠商互相搭配去生產聯合利潤極大化的產量，既存廠商  $i$  的利潤。

若一個既存廠商，例如廠商 2，在另一個廠商，廠商 1，決定生產多少之前就先承諾了一個產量，那麼廠商 1 極大化  $\pi_1 = (A - x_1 - x_2)x_1 - cx_1$ ，而廠商 2 極大化  $\pi_2 = \left( A - \frac{A-c-x_2}{2} - x_2 \right) x_2 - cx_2$ ，其中  $\frac{A-c-x_2}{2} = x_1$ 。在均衡時，他們個別的產量為  $x_1 = \frac{A-c}{4}$ ， $x_2 = \frac{A-c}{4}$ ，所導致的市場價格為  $P = \frac{A+3c}{4}$ 。因此，

$$\pi_1 = \left( \frac{A+3c}{4} - c \right) \frac{A-c}{4} = \frac{(A-c)^2}{16} \quad (8)$$

$$\pi_2 = \left( \frac{A+3c}{4} - c \right) \frac{A-c}{2} = \frac{(A-c)^2}{8} \quad (9)$$

若一個既存廠商趁著另一個廠商忠誠地生產使得聯合利潤極大化的產量時，偷偷地擴展自己的產量，那麼他會選擇一個產量  $x$  去極大化

$$\pi^* = \left( A - \frac{A-c}{4} - x \right) x - cx,$$

而會使得上式極大化的產出值為  $x = \frac{3(A-c)}{8}$ ，因此，

$$\begin{aligned} \pi^* &= \left( A - \frac{A-c}{4} - \frac{3(A-c)}{8} \right) \frac{3(A-c)}{8} - c \frac{3(A-c)}{8} \\ &= \frac{9(A-c)^2}{64} \end{aligned} \quad (10)$$

最後，如果既存的廠商沒有籌足必要的遊說投資，因而外國廠商進到這個市場，每一個本國廠商可能得到的利潤為

$$D_i^3 = (A - x_1 - x_2 - x_3) x_i - c x_i, \quad i = 1, 2, \quad (11)$$

其中  $x_3$  代表外國廠商的產出。此外國進入者的利潤為  $\pi^f = (A - x_1 - x_2 - x_3) x_3$ 。在此我們引用了先前的假設，外國廠商有零邊際成本，因為他有較進步的技術。

在 Cournot Nash 均衡時， $x_i = \frac{A-c}{4}$ ， $i = 1, 2$ ， $x_3 = \frac{A+2c}{4}$ ，而相對應的市場價格為  $P = \frac{A+2c}{4}$ ，因此，

$$D_i^3 = \left( \frac{A+2c}{4} - c \right) \frac{A-2c}{4} = \frac{(A-2c)^2}{16}, \quad i = 1, 2,$$

$$\pi^f = \frac{A+2c}{4} \frac{A+2c}{4} = \frac{(A+2c)^2}{16}$$

### 參、阻止進入的自約均衡 (Self-enforcing Entry-deterrence Equilibria)

既存廠商可隨時自由地討論他們的策略。在本文中，既存廠商溝通的機制 (the device of the communication) 不予明白地模型化，但溝通的含意則以均衡解的概念 (solution concept) 加以捕捉<sup>7</sup>。每一個既存廠商的目的是在兩期當中追求最大利潤。假設折現率 (discount factor) 是 1。

當賽局進入第二期，唯一可能的結果 (outcome) 是 Cournot Nash 的數量競爭。因為這個賽局在第二期就結束了，即使敵對廠商在第二期叛離了當初共同擬議的策略，也無法對他加以懲罰，而在第一期所發生的事在第二期都已無法還原，因此沒有任何方法可以使得這兩個既存廠商誠實地在第二期合作。給定其他廠商的行動，每一個廠商只專注在追求自我的最大利潤。

然而，在第一期時，較高技術的新廠商進入的潛在威脅，使得既存的本國廠商有互相搭配去遊說以避免現存市場利潤被瓜分的意圖。

在本節中，我將在既存的廠商的溝通有中介者 (with mediator) 和沒有中介者 (without mediator) 兩種情況下，討論一個被提議的策略方案是否是一個自約均衡，以及重要參數的比較靜態分析。若沒有任一廠商可藉著背離一個被提議的策略方案而獲利，那麼這個方案就是一個自約均衡 (self-enforcing equilibrium) 的策略方案。



## 一、溝通時沒有中介者 (Communication without Mediator)

在這個場景下，本國既存廠商直接地彼此討論個別的策略，但是沒有一個中介者在他們當中建議和協調他們將要採取的行動。底下將根據當一個既存廠商要採取行動時，他知道多少關於敵對廠商的行動，區分成兩種情況來討論可能的均衡結果。

### (一) 遊說貢獻和產出均無法被觀察到

假設既存廠商提議一個方案，然後他們就分頭去同時採取個別的行動。試想既存的廠商提議大家搭配去生產使得聯合利潤最大的產出，平均分享市場份額 (market share) 並且平均分擔遊說成本。若這樣的策略方案要成爲一個自約均衡 (self-enforcing equilibrium)，那麼底下兩個條件必須同時成立，

$$\pi_i^J - \frac{l}{2} + D_i^2 > \pi_i^* - \frac{l}{2} + D_i^2, \quad i=1,2 \quad \text{以及} \quad (12)$$

$$\pi_i^J - \frac{l}{2} + D_i^2 > \pi_i^* + D_i^3, \quad i=1,2 \quad (13)$$

其中  $\pi_i^J$  是既存廠商  $i$  在敵對的廠商生產極大化聯合利潤的產量時，自己也生產極大化聯合利潤的產量，在扣除遊說投資前的利潤。 $\pi^*$  是當敵對的廠商忠誠地生產極大化聯合利潤的產量時，一個廠商偷偷地趁機擴展自己的產量時可獲得的利潤。 $l$  是使得管理者願意阻止外國廠商進入市場的關鍵遊說投資量。 $D_i^2$  和  $D_i^3$  分別是在沒有和有外國廠商進入的情況下，一個既存的本國廠商的 Cournot Nash 均衡利潤。

第 (12) 式永遠無法成立是不言而喻的。因此，若沒有一位中介者居中協調既存廠商的行動，在當一個既存廠商要採取行動時，敵對既存廠商的產出和遊說投資都是無可觀察的情況下，既存廠商同

時在聯合利潤極大化的產出以及遊說投資上均等地相互搭配的策略方案不可能是一個自約均衡。

其次，假想既存廠商只試圖在遊說投資上互相搭配，但在產量上則任憑個人自由選擇。如果這樣的策略方案要成爲一個自約均衡，那麼底下的條件必須成立。

$$D_i^2 - \frac{l}{2} + D_i^2 > D_i^2 + D_i^3 \quad (14)$$

其中  $D_i^2$  和  $D_i^3$  的定義如前所述。引用第二節的結果，條件式(14)相當於

$$\frac{(A-c)^2}{9} - \frac{1}{2}l > \frac{(A-2c)^2}{16} \quad (15)$$

簡化(15)式，我們可有下列的條件，

$$\frac{7A^2 + 4c(A-5c)}{144} > \frac{1}{2} \left[ \frac{nk}{\alpha\delta} \right]^{\frac{1}{\alpha-1}}, \quad k \text{ 要符合}$$

$$k < \pi^f = \frac{(A+2c)^2}{16} \quad (16)$$

值得注意的是，若  $4A$  大於  $10c$ ，那麼本國既存廠商的邊際成本愈高，第(16)式愈容易成立。換句話說，如果相對於生產成本，市場需求夠強的話，本國既存廠商的生產成本，相對於外國廠商愈高的話，本國既存廠商愈有可能在遊說投資上互相搭配以阻止外國廠商進入。否則，投入資源去阻止進入就不值得。因爲阻止進入所費不貲，而在市場需求不強的情況下，不管外國廠商是否進入，所能獲取的利潤都十分微薄。再則，若本國管理者屈從本國既存廠商遊說的傾向很高，那麼這些既存的廠商比較容易在遊說投資上有成功的搭配。上述觀察可總結於下：

### 命題一

假設當自己要採取行動時，一個既存廠商無法觀察到既存敵對廠商的產量或遊說投資。那麼，既存廠商無法同時在聯合利潤極大化的產量上以及遊說投資上成功地搭配。如果，退而求其次，既存廠商提議只在遊說投資上搭配，產量則自由選擇，如果市場的需求相對於生產成本夠強的話，那麼這樣的策略方案成功的可能性與本國既存廠商的成本以及本國管理者對他們的遊說的屈從程度成正比。

最後，讓我們考慮，一個既存廠商在另一個既存廠商選擇產量之前先承諾一個產量，而且這兩個廠商依照最後協議的各別市場佔有額去分攤遊說投資成本，這樣策略方案是否能成爲一個自約均衡。如果這樣的提議要具有吸引力的話，那麼先被承諾的產出數量要大於這個要先做承諾的廠商的 Cournot Nash 的均衡量。而且，因爲既存廠商無法觀察到彼此的遊說投資，一個既存廠商所願意先承諾的產量只有 Stackelberg Leader 的產量。若是不然，那個在敵對廠商先做承諾之後才選擇產量的廠商可能省掉他所應做的遊說投資而大肆擴張產量。因此，最後的成果可能是兩個廠商的總產量大於在沒有進入威脅下的 Cournot Nash 的均衡產量，可是卻沒有任何遊說投資。除了上述的限制之外，上述的策略必須符合下列兩個條件以使得它是一個自約均衡。令既存廠商 2 是提議中的先承諾者，那麼底下的不等式必須爲真。

$$\pi_2 - \frac{2}{3}t + D_2^2 > \pi_2 + D_2^3 \quad (17)$$

其中  $\pi_2$  代表當廠商 2 是產出的先承諾者時，他所能獲得的利潤。值得注意的是廠商 2 也有選擇不做任何遊說投資的動機。利用先前的結果，(17) 式相當於

$$\frac{(A-c)^2}{9} - \frac{(A-2c)^2}{16} > \frac{2}{3}l \quad (18)$$

而對後選擇產出的廠商，廠商 1 的必要誘因條件 (incentive compatible condition) 為

$$\pi_1 - \frac{1}{3}l + D_1^2 > D_1^2 + D_1^3 > \pi_1 + D_1^3, \text{ 以及} \quad (19)$$

$$\pi_1 - \frac{1}{3}l + D_1^2 > D_1^2 - \frac{1}{2}l + D_1^2, \quad (20)$$

其中第 (19) 式中第一個不等號是廠商 1 合作的誘因，而 (20) 式則是廠商 1 選擇當產量跟隨者的合作方式的誘因。把第二節所計算的結果代入 (20) 式，得知 (20) 式無法成立。因此，若既存的廠商協議合作以阻止新廠商進入，他們會選擇在產量上自由競爭，而各分擔一半的遊說投資。沒有任一既存廠商願意在產量上當跟隨者並依其產量的市場份額分擔遊說投資。

## (二) 遊說投資可被觀察到但產出無法被觀察到

### 命題二

當既存廠商可觀察到彼此的遊說投資但無法觀察到彼此的產出時，既存廠商不可能同時在聯合利潤極大化的產出上以及遊說投資上成功的相互搭配。

證明：

不等式  $\pi^j - \frac{1}{2}l + D_i^2 < \pi^* - \frac{1}{2}l + D_i^2$ ,  $i=1,2$ ，不管相關的參數在什麼值下都成立。讓我們回憶一下  $\pi^j$  是當兩個既存廠商都生產聯合利潤極大化的產量時，一個既存廠商所能獲取的利潤， $\pi^*$  是一個既存廠商趁著另一個既存廠商忠誠地生產極大化聯合利潤的產量時，

偷偷地擴展自己的產量所能獲取的利潤。因此任一個既存廠商都有背離這個議案的動機。證明完畢。

### 命題三

當既存廠商可以觀察到此彼此的遊說投資，但無法觀察到彼此的產量。一個廠商先承諾一個產量，然後另一個廠商再選擇他的產量，兩個廠商依照他們所得的市場份額的比例分攤遊說投資，這樣的策略方案不可能是一個自約均衡。

證明：

若要那個後選擇產量的廠商接受所提議的策略方案，那麼底下兩個條件必須同時成立。

$$\pi_1 - \frac{1}{3}l + D_1^2 > D_1^2 + D_1^3 \quad \text{以及} \quad (21)$$

$$\pi_1 - \frac{1}{3}l + D_1^2 > D_1^2 - \frac{1}{3}l + D_1^2, \quad (22)$$

其中所有的符號均與第二節所定義的相同。依照前面的結果，條件式 (21) 可被簡化成

$$\frac{c(2A-3c)}{16} > \frac{1}{3}l = \frac{1}{3} \left[ \frac{nk}{\alpha\delta} \right] \frac{1}{\alpha-1} \quad (23)$$

同樣的，(22) 可以簡化成

$$\pi_1 > D_1^2 \quad (24)$$

(24) 式中， $\pi_1$  是產量跟隨者扣除遊說投資前的利潤， $D_1^2$  是 Cournot-Nash 均衡扣除遊說投資前的利潤。由第二節的結果得知 (24) 式必然不成立。既然沒有任一廠商願意當產量跟隨者，這樣的策略方案

不會是一個自約均衡。證明完畢。

承襲命題 2 和 3 的討論，我們知道可能成為自約均衡的均衡形式只有是既存廠商在產量上自由競爭但是同時試圖在遊說投資上達成合作。而要實現這樣的策略方案，下列條件對兩個既存的廠商都必須成立。

$$D_i^2 - \frac{1}{2}l + D_i^2 > D_i^2 + D_i^3, \quad i = 1, 2 \quad (25)$$

利用以前的結果，(25) 式可以簡化成

$$\frac{7A^2 - 20c^2 + 4Ac}{144} > \frac{1}{2}l = \frac{1}{2} \left[ \frac{nk}{\alpha\delta} \right] \frac{1}{\alpha-1} \quad (26)$$

其中  $k < \pi^f = \frac{(A+2c)^2}{16}$

我們可將上述結果總結如下：

#### 命題四

當既存廠商可觀察到彼此的遊說投資，可是無法觀察到彼此的產出時，阻止進入自約均衡的唯一可能形式是既存廠商在產量上自由競爭，而在遊說投資上各貢獻一半。這樣的策略方案的成功率與管理者向國內廠商遊說屈服的傾向以及既存廠商的成本成正相關，但是與本國廠商的遊說會把管理者從國外的賄賂所獲得的利益抵銷的比例成反比。

## 二、既存廠商之間的溝通有中介者 (Communication with Mediator)

假設有一個中介者為了既存廠商的共同利益而願居中協調這兩個既存廠商的行動，可是他並沒有迫使任何一個廠商一定要遵行他的建議的權威。

每一個既存廠商先選定一個產量去生產，然後向這個中介者報告他的產量。如果兩個既存廠商都生產使聯合利潤極大化的產量，那麼這個中介者就告訴各別的既存廠商奉獻一半的最適量遊說投資。否則，中介者就告訴各別的既存廠商不要做任何遊說投資。

在這樣的規則下，當一個既存廠商收到去做遊說投資的建議，他就知道他的敵對廠商已經生產了使得聯合利潤最大的產量，並且被告知去分攤一半的必要遊說投資。若另一個廠商願意遵循這個中介者的建議，那麼這個廠商也願意遵循。

#### 命題五

若有一個中介者居中協調既存廠商的行動，那麼如果市場需求相對於生產成本夠強，而且本國管理者易於屈從既存廠商的遊說，那麼本國既存廠商可以同時在聯合利潤極大化的產出和遊說投資上成功地搭配。

證明：

在所規範的溝通和執程序下，使得一個既存廠商願意生產聯合利潤極大化的產量並且遵循中介者的建議，分攤一半的遊說投資，的必要和充份條件為

$$\pi_i^J - \frac{1}{2}l + D_i^2 > \pi_i^* + D_i^3 > +D_i^2 + D_i^3, \quad i = 1, 2, \quad (27)$$

利用第二節的結果，不等式(27)可簡化成

$$\frac{19A^2 + 34Ac - 89c^2}{576} > \frac{1}{2} \left[ \frac{nk}{\alpha\delta} \right] \frac{1}{\alpha - 1} \quad (28)$$

在既定的  $k$  值下，(28)式在  $A$  相對於  $c$  是足夠大而且  $a$  的值較大時可以成立。證明完畢。

## 肆、結論

本文用兩期的有限賽局去重新檢驗阻止進入的搭便車的問題。本國既存廠商試圖遊說本國管理者去拒絕讓外國廠商進來。這些既存廠商可以在任何時間自由交談，可是無法建立起具有強制性的協議。本國管理者則意圖在這進入的議題中獲取最大的利益。本國既存廠商對他的遊說給他政治利益同時也給他壓力。本國管理者也接受從外國廠商或外國政府來的賄賂，這賄賂自然是小於外國廠商可以從本國市場攫取的利潤。

如果沒有一個中介者，本國既存廠商不可能同時在極大化聯合利潤的產出以及遊說投資上成功地搭配。如果既存廠商既無法觀察到彼此的遊說投資也無法觀察到彼此的產出，那麼可能成立的自約均衡是廠商在遊說投資上依照他們個別的產量的市場份額 (market share) 搭配分攤，而在產出上則是 Cournot Nash 競爭者的組合。如果既存廠商可以觀察到彼此的遊說投資，但無法觀察到彼此的產量，既存廠商也是只能在遊說投資上互相搭配而在產量上則像 Cournot Nash 的競爭者那樣自由競爭。由此得知在阻止進入工具上預先承諾 (pre-commit) 的可能性並沒有使既存廠商得以在更有利的形式上互相搭配以阻絕新廠商的進入。

如果有一中介者爲了既存廠商共同利益的緣故，居中協調和建議這兩個既存廠商的行動，那麼即使這位中介者並沒有迫使任一個既存廠商一定要執行他的建議的權柄，既存廠商同時在極大化聯合利潤的產出上以及遊說投資上成功地互相搭配可以是一個遊說自約均衡。

本文與既存的文獻最大的不同處在於當我們把廠商在阻止進入工具以外的面向 (dimension) 上的競爭明白地 (explicitly) 在模型中探討時，即使這個阻止進入的工具的關鍵量 (threshold) 不牽涉任何不確定性 (no uncertainty)，而且這個阻止工具除了阻止新廠商進入



以外別無他用，阻止進入的搭便車問題仍會存在，也就是阻止工具所需的關鍵量可能無法被籌足。透過溝通 (communication)，既存廠商可以達成可以克服搭便車問題的自約均衡，因而可以成功地阻止新廠商的進入。同時，本文也為為什麼利益團體可以營造一個成功的遊說提供了一個分析性的解釋。再則，本文對一個國家的市場結構與她的政治環境之間的關聯做了一個提示性的說明。

本文是在阻止工具與既存廠商的生產決策無關可是卻受制於潛在進入者以外的第三者的場景下，一個檢驗搭便車問題的初步嚐試。本文可由數方面加以延伸。

第一，在本文中，來自外國廠商或外國政府對本國管理者的賄賂， $k$  是外生的，若我們能把外國廠商或外國政府明白地在模型中當成是一個主動的賽局參與者 (active player)，也就是把  $k$  內生化 (endogenized)，將是一的有趣的擴展方向。其次，未來的研究可以考慮當本國既存廠商有不對稱的生產成本 (asymmetric costs)，而且他們不清楚彼此的生產成本時，搭便車問題的重要性。另一個擴展方向是假設既存廠商並不清楚管理者的利益函數，也就是，他們不清楚可以阻止外國廠商進入的關鍵遊說投資是多少。最後，我們可保存本文的所有其他假設，但是考慮有  $N > 2$  個既存廠商的情況，檢查本文的結果是否仍然成立。

## 註 釋

- 1 在阻止新廠商進入的文獻中，若既存廠商之間在阻止進入工具的投資上有搭便車的問題，則阻止工具所需的關鍵數量無法被籌足。反之，如果阻止工具所需的關鍵量可以被籌足或超過，則稱沒有搭便車 (no free rider problem) 的問題 (參見 Bernheim 1984, Gilbert 及 Vives 1986, Waldman 1987)。
- 2 例如：原先既存廠商以將要擴張產量以使得大家無利可圖要脅新

廠商不要進入，但如果新廠商不理睬這個要脅，真的進入市場了，此時對既存廠商較有利的做法是縮減產量而不是擴張產量。

- 3 本文與 Bernheim(1984) 最大的不同在於本文將廠商的利潤函數明白地表示成廠商用以競爭利潤的變數的函數，而不是像在 Berheim 文中那樣只是既存廠商數目的函數。
- 4 若此外國廠商擁有較先進的技術，那麼他還可能將國內的既存廠商逐出市場（例如：Motta 1992）。這個可能性只會使得既存廠商形成一個成功的遊說以阻止這個新廠商進入的意願更強，對於本文的中心議題，既存廠商之間在阻止進入工具的投資上是否會有搭便車的現象，及其結論均無實質上的影響，故不予特別討論。
- 5 本文所謂的自約均衡 (self-enforcing equilibrium) 是指在此均衡時，沒有一個廠商可以單方地背離協議的策略方案而獲利。（參見 R.B.Myerson 1991 的 Game Theory 課本）
- 6 本文的賄賂一詞係指以當時社會習俗及法律所不容許的方式誘使決策者採取對其有利的行動，為當時社會規範下不當的利益交換。請參閱 J. T. Noonan, Jr. 所著 1984 年版的 *Bribes* 一書。
- 7 參考 R.B. Myerson, *Game Theory*(1991:244-245)。

## 參考資料

Becker G. S.

1983 "A Theory of Competition among Pressure Group for Political Influence," *Quarterly Journal of Economics* 98(3):373-400.

Bernheim, B. D.

1984 "Strategic Deterrence of Sequential Entry into an Industry," *Rand Journal of Economics* 15:1-11.

- Bernheim, D., Bezael, P., and M. D. Whinston  
1987 "Coalition-Proof Nash Equilibria I. Concept, " *Journal of Economics Theory* 42:1-12.
- Bernheim, D., and M. D. Whinston  
1987 "Coalition-Proof Nash Equilibria II. Applications," *Journal of Economic Theory* 42:13-29.
- Gilbert, R. and X. Vives,  
1986 "Entry Deterrence and the Free Rider Problem," *Review of Economic Studies* 50:71-83.
- Crawford, V.  
1990 "Explicit Communication and Bargaining Outcomes," *Amer. Econ. Asso. Pap. Proc.* 80:213-219.
- Grossman, G. M. and E. Helpman  
1992 "Protection for Sale," *NBER working paper* 4149.
- Hurwicz, L.  
1989 "Effects of Entry on Profits under Monopolistic Competition," Printed in "The Economics of Imperfect Competition and Employment," edited by George R. Feiwel.
- Motta, M.  
1992 "Sunk Costs and Trade Liberalization," *The Economic Journal* 102:578-587.
- Myerson, R.  
1989 "Gredible Negotiations and Coherent Plans," *Journal of Economic Theory* 48:264-303.
- Noonan, J. T. Jr.  
1984 *Bribes*. New York:~Macmillan Publishing Company.
- Ozler, S., and D. Rodrik  
1992 "External Shocks, Politics and Private Investment: Some Theory and Empirical Evidence," *NBER Work-*

*ing Paper 3960.*

Peltzman, S.

1976 "Toward a More General Theory of Regulation," *Journal of Law and Economics* 19:211-40.

Rasmusen, E.

1988 "Entry for Buyout," *The Journal of Industrial Economics* 36:281-294.

Seidmann, D. J.

1992 "Cheap Talk Games May have Unique, Informative Equilibrium Out-\break comes," *Games and Economic Behavior* 4:422-425.

Waldman, M.

1987 "Noncooperative Entry Deterrence, Uncertainty, and the Free Rider Problem," *Review of Economic Studies* 54:301-310.

Weibull, J. W.

1992 "On Self-Enforcement in Extensive-Form Games," *Games and Behavior* 4:450-462.

## 不完全訊息下防止再協商的均衡\*

陳恭平\*\*

### 壹、導論

在最近的一篇文章裡 van Damme (1989:206-217) 證明了在完全訊息下，weakly renegotiation-proof equilibrium (WRPE)<sup>1</sup> 的限制力並不比 subgame perfect equilibrium 強；至少在重覆的囚人難局 (repeated prisoners' dilemma) 是如此。這個證明的關鍵是：當參賽者可以觀察到另外一個人的行為時，如果任一個人逸離了原先的均衡，那麼他們可以走到另外一條均衡路徑，在這條路徑上，逸離者被處罰而另外一個賽者受到獎勵。（這條路徑在囚人難局裡是可以找到的。）而且這個策略是一個 WRPE，因為原先路徑所給的報酬和後來的路徑並沒有相互 Pareto-ranked。但如果在不完全訊息下，上述的策略並不適用。原因是：由於參賽者無法觀察到另一參賽者的行為，因此當某期出現的結果和預期相差很遠時，表示有人逸離的可能性很大；但因為參賽者無法知曉誰逸離，因此唯一的維持均衡的方法是兩個人都受處罰，但同時處罰兩個人的策略不是 WRPE，因此在不完全訊息下，似乎唯一的 WRPE 是每期都玩當期的 Nash 均衡。van Damme 在同一篇文章裡，猜測 Green-Porter (1984 : 87-100) 的寡佔模型裡，唯一的 WRPE 是每期都玩當期的

\*本文原以英文稿發表於社科所「產業結構與公平交易法研討會」中。其中第一、二、四與第三節的一部份和同名發表於 Journal of Economic Theory 的文章相同。作者感謝 Academic Press 同意作者以中文發表。

\*\*中央研究院中山人文社會科學研究所助研究員

Cournot 均衡。本文的目的是在證明 van Damme 的申論是錯的。即使在 Green-Porter 的不完全訊息模型裡，仍存在不需每期玩 Cournot 均衡的 WRPE。我們也說明為什麼 van Damme 是錯的。另外一方面，即使存在不需每期玩 Cournot 的 WRPE，我們卻可證明任何一個 WRPE 都不可能達到壟斷利潤。WRPE 策略，在公平交易的政策觀點上，有重大意義：我們在附錄裡比較了 WRPE 策略和 Green-Porter 的 trigger 策略在維持寡佔勾結上，所產生的價格數列 (price process) 有什麼不同。我們發現想用計量的方法來探知廠商有無勾結，存在先天的困難。

## 貳、理論模型

我們所用的模型是簡化的 Abreu, Pearce 和 Stachetti (1986:254-257;1990:1045-46) 模型。市場上有兩家廠商生產同一物品。同時他們進行 Cournot 競爭。當每家廠商的產量是  $q_i$  時，市場價格為  $\tilde{P}=P(Q)+\tilde{\theta}$ ；其中  $Q=q_1+q_2$ ， $\tilde{\theta}$  是一個隨機變數。假設  $\tilde{\theta}$  的密度函數 (density function) 是  $g$ 。  $g$  是單峰的 (single-peaked)，而且  $g(x)=g(-x) \forall x \in \mathbf{R}$ ，所以  $E(\tilde{\theta})=0$ 。

因此，當市場總產量是  $Q$  時，價格  $\tilde{P}$  是一個隨機變數，它的密度函數是  $g(\tilde{P}-P(Q))$ 。假設廠商的生產成本是 0。

每家廠商只能觀察到市場價格  $\tilde{P}$  和自己的產量，無法觀察到另一廠商的產量。

單期賽局  $\Gamma(\mathbf{R}_+^2, \pi_1, \pi_2)$ :

在單期賽局裡，每一廠商同時選擇產量  $(q_1, q_2) \in \mathbf{R}_+^2$ 。  $i$  廠商的利潤是

$$\pi_i(q_i; \tilde{P}) = q_i \tilde{P},$$

而預期利潤是

$$\pi_i(q_i; q_j) = q_i P(Q) \circ$$

j 廠商的產量對 i 廠商利潤的影響，只透過其對價格的影響。

重覆賽局  $\Gamma^\infty(\sigma)$  :

$\Gamma^\infty(\sigma)$  是  $\Gamma(R^2, q_1, q_2)$  的重覆賽局，而每期的折現率是  $\delta$ 。

i 廠商的策略是一個函數數列  $\sigma_i = (\sigma_i(t))_{t \geq 1}$ 。其中  $\sigma_i(1) \in R_+$ ， $\sigma_i(t) : R^{t-1} \times R_+^{t-1} \rightarrow R_+$ ， $\sigma(t) = (P^{t-1}, q_i^{t-1}) \in R_+ \forall t \geq 2$ 。  $P^t \equiv (P(1), \dots, P(t))$  和  $q_i^t \equiv (q_i^t(1), \dots, q_i^t(t))$  是 i 廠商擁有的歷史資料。請注意  $\sigma_i(t)$  是價格和它自己產量的函數。令  $\sigma = (\sigma_1, \sigma_2)$ 。給定任一歷史  $h(t) = (P^t, q^t)$  和一策略  $\sigma|_{h(t)}$  表示被  $h(t)$  這一歷史所導引出來的策略，也就是說， $\sigma|_{h(t_1)}(t_2+1)(h(t_2)) = (t_1 + t_2 + 1)(h(t_1), h(t_2))$ 。i 廠商的第 t 期預期利潤是

$$R_i(\sigma; t) = \int_{-\infty}^{\infty} \dots \int_{-\infty}^{\infty} \pi_i(q(t)(p^{t-1}, q_i^{t-1}); p(t)) g(p(1); Q(1)) \dots g(p(t); Q(t)(p^{t-1}, q_i^{t-1})) dp(1) dp(2) \dots dp(t);$$

其中

$$Q(t)(p^{t-1}, q_i^{t-1}) = \sum_{i=1}^2 q_i(t)(p^{t-1}, q_i^{t-1}) \quad \forall t \geq 2 \quad \text{且}$$

$$Q(1) = \sum_i \sigma_i(1) \circ$$

i 廠商在  $\Gamma^\infty(\delta)$  裡的預期利潤是

$$v_i(\sigma) = (1 - \delta) \sum_{t=1}^{\infty} \delta^{t-1} R_i(\sigma; t);$$

其中  $(1 - \delta)$  是折現因子 (*normalizing factor*)。

〔定義〕：如果

$$v_i(\sigma) \geq v_i(\sigma_i; \sigma_{-i}) \quad \forall i \quad \forall \sigma_i,$$

則  $\sigma$  是一個 Nash 均衡。

如果對所有的  $h(t)$ ,  $\sigma|_{h(t)}$  都是 Nash 均衡，則是一個 *subgame perfect* 均衡 (*SPE*)。

如果是一個 *perfect* 均衡，而且不存在  $h(t_1), h(t_2)$  使得  $(\sigma|_{h(t_1)})$  和  $v(\sigma|_{h(t_2)})$  有 *Pareto-ranked* 的關係，則它是一個 *weakly renegotiation-proof equilibrium* (*WRPE*)。

本文只討論  $\sigma$  是  $p'$  的函數的情況，也就是說， $\sigma$  只是市場價格的函數。

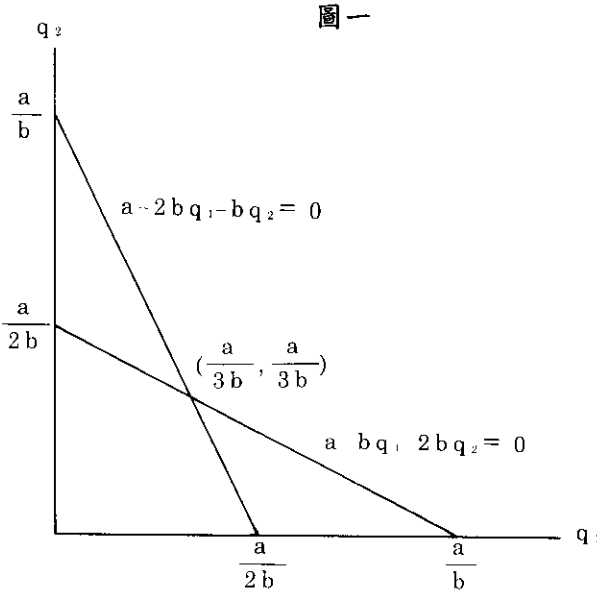
## 參、範例

定義  $P(Q)$  如下：若  $Q \leq a/b$ ；則令  $P(Q) = a - bQ$ ，在其他情況下  $P(Q) = 0$ 。  $i$  廠商的反應函數 (*reaction function*) 是

$$a - 2bq_i - bq_j = 0 \quad i, j = 1, 2 \quad i \neq j。$$



圖一畫出廠商各自的 *reaction curve*。請注意給定另一廠商的產量時，每一廠商的利潤是自身產量的單峰 (*single-peaked*) 函數。



我們先給出 *WRPE* 對可能產量  $(q_1, q_2)$  的限制。然後利用這一限制我們給一個例子說明 *van Damme* 的說法是錯的。

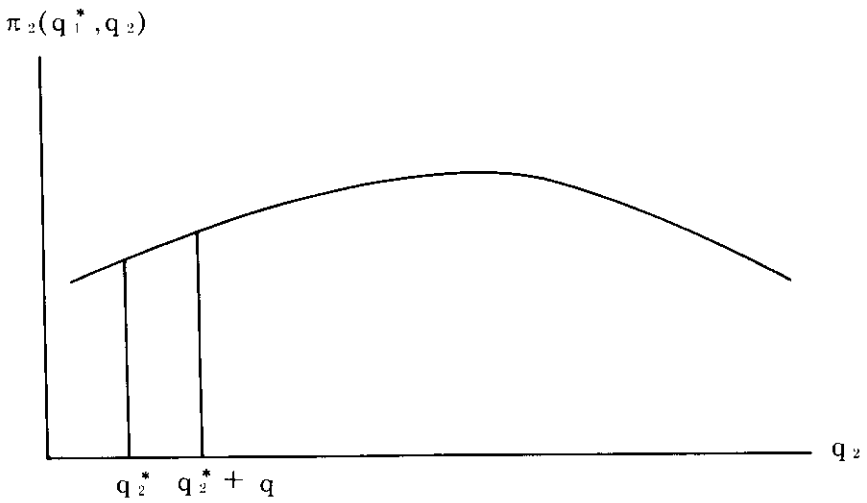
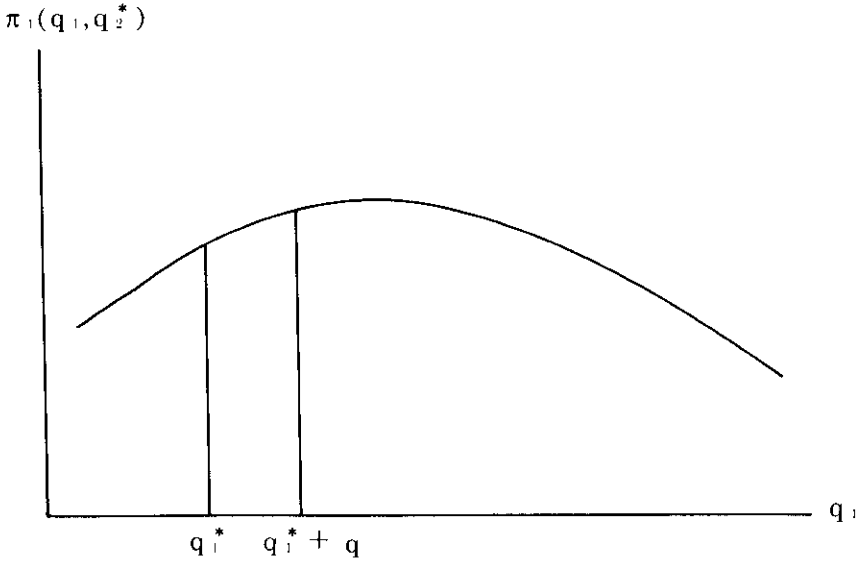
[引理 1]：令是 *WRPE*。則在任何一期裡，如果  $\sigma$  規定廠商的產量是  $(q_1^*, q_2^*)$ ，那麼  $q_1^*$  和  $q_2^*$  一定在廠商各自的利潤函數的不同側。也就是說，如果  $q_1^*$  落在廠商 1 的利潤函數的極值右 (左) 側，那麼  $q_2^*$  一定在廠商 2 利潤函數的左 (右) 側。

[證明]：假設  $q_1^*, q_2^*$  同在左側 (見圖二)，那麼一定存在  $q > 0$  使得

$$\pi_1(q_1^* + q, q_2^*) > \pi_1(q_1^*, q_2^*)$$

$$\pi_2(q_2^* + q, q_1^*) > \pi_2(q_1^*, q_2^*)。$$

圖二



因 $\sigma$ 是 *PE*，所以

$$\begin{aligned} & \pi_1(q_1^*, q_2^*) + \delta \int V_1(p)g(p; q_1^* + q_2^*)dp \\ & \geq \pi_1(q_1^* + q, q_2^*) + \delta \int V_1(p)g(p; q_1^* + q_2^* + q)dp; \end{aligned}$$

而且

$$\begin{aligned} & \pi_2(q_1^*, q_2^*) + \delta \int V_2(p)g(p; q_1^* + q_2^*)dp \\ & \geq \pi_2(q_2^* + q, q_1^*) + \delta \int V_2(p)g(p; q_1^* + q_2^* + q)dp; \end{aligned}$$

其中  $V_i(p)$  是  $i$  廠商在價格  $p$  出現後，在  $\sigma$  之下所能預期的日後的利潤（見 *Abreu, Pearce, Stachett, 1986:257-262; 19990:1046-1050*）。

所以

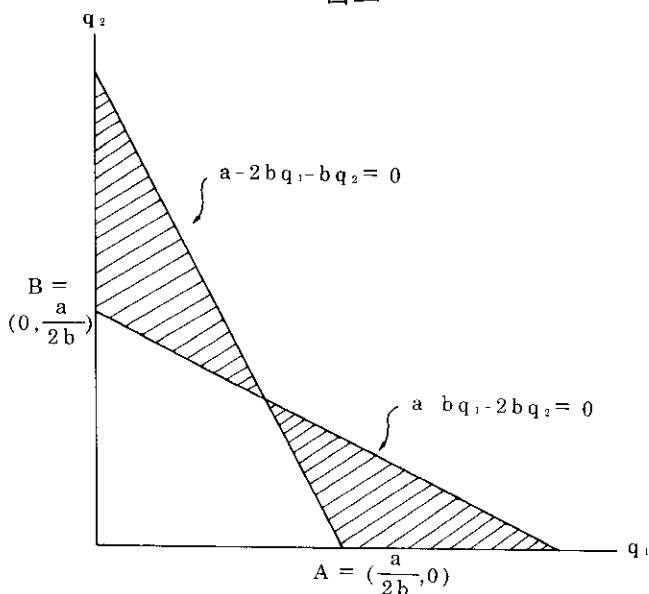
$$\begin{aligned} & \int V_1(p)g(p; q_1^* + q_2^*) > \int V_1(p)g(p; q_1^* + q_2^* + q), \\ & \int V_2(p)g(p; q_1^* + q_2^*) > \int V_2(p)g(p; q_1^* + q_2^* + q). \end{aligned}$$

產量  $q_1^* + q_2^*$  之後的預期利潤高於（對兩廠商皆然）產量為  $q_1^* + q_2^* + q$  之後的預期利潤。因此違反 *WRPE* 之定義。當  $q_1^*, q_2^*$  兩者皆在極值右邊時，證明雷同。 *QED*

這個引理的直覺，是當在某一期  $q_1^*$  比廠商 1 的最適反應 (*best response*) 產量低時，廠商 1 有增加產量以增加此期利潤的動機，這時會使價格下降。為了防止它發生，一定要有一個在價格低的時候對廠商 1 的處罰。但 *WRPE* 要求使得在處罰廠商 1 時，必須獎勵廠

商 2。因此如果  $q_2^*$  也低於廠商 2 的最適反應產量的話，廠商 2 可以在這一期增加產量。這樣一來，不但使它的單期利潤增加，同時也使它被獎勵的機率增加（因為廠商 2 增加產量也會使價格下降）。由於上述引理，可知一個 *WRPE* 一定只能在每期生產如圖三斜線部份的產量。

圖三



令  $a=6, b=1$ ，也就是， $p(Q) = 6 - Q$ 。假定廠商只能生產 0.5 單位的倍數的產量（也就是 0.5, 1, 1.5, 2, ...）<sup>2</sup>。我們這樣做，一方面是要簡化計算，一方面是要讓最適反應產量完全落在反應函數  $6 - 2q_1 - q_2 = 0$ ,  $6 - q_1 - 2q_2 = 0$  上。（在產量只能是整數時，不會完全在反應函數上。）<sup>3</sup>

考慮下列策略  $\sigma$ ：

第一階段：生產  $(q_1, q_2) = (1, 3) \equiv q^0$ ，這一產量的預期利潤是  $\pi^0 \equiv (2, 6)$ ，預期價格是 2。只要每期價格都在  $\bar{P}$  之下（ $\bar{P}$  的

得我們等一下會給)，則下期仍生產  $q^0$ 。只要有任一期  $\tilde{P} > \bar{P}$  則進入第二階段。

第二階段：生產 Cournot 產量  $(q_1, q_2) = (2, 2) \equiv q^{NE}$  一次，然後回到第一階段。這一階段的單期預期利潤是  $\pi^{NE} = (4, 4)$ ，預期價格是 2。

我們要證明  $\sigma$  是 WRPE：首先，從任何一期往下看的預期利潤都落在連接  $\pi^{NE}$  和  $\pi^0$  的線上。這條線是負斜率，所以不可能有 Pareto-ranked 的情形。因此我們只需證明  $\sigma$  是 SPE。其次，在第二階段沒有廠商願意逸離，因為他們是生產 Cournot 產量，而且生產一次 Cournot 產量後，不論如何他們又都回到第一階段。所以我們真正需要證明的，是沒有廠商願在第一階段做 one-shot 逸離。我們很容易可證明在第一階段，如果廠商都遵守合約，預期利潤為

$$(V_1, V_2) = \left( \frac{2 + 4\delta Pr(2)}{1 + \delta Pr(2)}, \frac{6 + 4\delta Pr(2)}{1 + \delta Pr(2)} \right),$$

其中

$$Pr(P) = Pr(\tilde{P} \geq \bar{P} \mid E(\tilde{P}) = P)。$$

令  $V_1(q_1)$  是廠商 1 在第一階段，如果它先生產  $q_1$  ( $q_1$  不一定等於 1)，再按合約繼續下去的預期利潤。因此  $V_1(1) = V_1$ 。很容易證明

$$\begin{aligned} V_1(q_1) &= (1 - \delta)\pi_1(q_1) + 4\delta(1 - \delta)Pr(3 - q_1) + \\ &\quad (\delta^2 Pr(3 - q_1) + \delta(1 - Pr(3 - q_1)))V_1。 \end{aligned}$$

同理

$$\begin{aligned} V_2(q_2) &= (1 - \delta)\pi_2(q_2) + 4\delta(1 - \delta)Pr(5 - q_2) + \\ &\quad (\delta^2 Pr(5 - q_2) + \delta(1 - Pr(5 - q_2)))V_2, \end{aligned}$$

其中  $\pi_1(q_1) \equiv \pi_1(q_1, 3), \pi_2(q_2) \equiv (1, q_2)$ 。我們可算出

$$V_1 - V_1(q_1) = [(2 - \pi(q_1)) + \delta(4Pr(2) - 2Pr(3 - q_1)) - \quad (1)$$

$$Pr(2)\pi_1(q_1))] \cdot \frac{(1 - \delta)}{1 + \delta Pr(2)},$$

$$V_2 - V_2(q_2) = [(6 - \pi_2(q_2)) + \delta(2Pr(5 - q_2) + 4Pr(2) - \quad (2)$$

$$\pi_2(q_2))] \cdot \frac{(1 - \delta)}{1 + \delta Pr(2)}。$$

$\sigma$  是 SPE 隱含 (1) 和 (2) 在  $0 \leq q_1 \leq 3$  和  $0 \leq q_2 \leq 5$  時必須是負值。而且很容易可知道這些中只有 4 個是真正有限制的： $q_1 = 0.5, 1.5$ , 和  $q_2 = 2.5, 3.5$ 。因此

$$0.75 + 2.75\delta Pr(2) - 2\delta Pr(2.5) \geq 0,$$

$$-0.25 + 1.75\delta Pr(2) - 2\delta Pr(1.5) \geq 0,$$

$$-0.25 + 2\delta Pr(2.5) - 2.25\delta Pr(2) \geq 0,$$

$$0.75 + 2\delta Pr(1.5) - 1.25\delta Pr(2) \geq 0。$$

也就是說，

$$3 + 11\delta Pr(2) - 8\delta Pr(2.5) \geq 0,$$

$$-1 + 7\delta Pr(2) - 8\delta Pr(1.5) \geq 0,$$

$$-1 + 8\delta Pr(2.5) - 10\delta Pr(2) \geq 0,$$

$$3 + 8\delta Pr(1.5) - 6\delta Pr(2) \geq 0。$$

令  $P = 2.5$ 。則  $Pr(2.5) = 1/2$ ,  $Pr(2) = Pr(\tilde{\theta} \geq 0.5)$ ,  $Pr(1.5) = Pr(\tilde{\theta} \geq 1)$ 。

令  $g$  滿足  $Pr(\tilde{\theta} \geq 0.5) = 0.2$ ,  $Pr(\tilde{\theta} \geq 1) = 0.025$ , 則以上 4 式在, 比如說,  $\delta \geq 0.9$  時皆成立。QED

van Damme (1989:206-217) 之所以認為在 Green-Porter 模型裡, 重覆的玩 Cournot 是唯一的 WRPE, 理由在於: 利用 Abreu, Pearce 和 Stachetti (1986:264) 的定理, 所有對稱的均衡報酬一定可被一個 bang-bang 策略所支持 (也就是一個只生產最大或最小 SPE 利潤來當作處罰的策略)。但最大和最小利潤是 Pareto-ranked, 所以不可是 WRPE, 所以唯一的可能是每期都生產 Cournot 產量。

這個推論的錯誤在於: 第一, 這個 bang-bang 定理只是充份定理; 也就是說, 任何一個 SPE 都可被 bang-bang 策略所支持, 但不一定非被 bang-bang 策略支持不可。事實上任一個 SPE 報酬都可被很多 SPE 策略所支持, 有的是 bang-bang, 有的不是。因此雖可證明 bang-bang 策略不是 WRPE, 但並沒有排除其他的策略是 WRPE 的可能性。第二, 這個定理只討論對稱策略。即使在不完全訊息下, 廠商仍可使用非對稱策略, 如本節使用的策略, 就是一個例子。

## 肆、不可能達到壟斷利潤

一個有趣的問題是: 使用 WRPE 策略, 有沒有可能讓廠商達到壟斷利潤。下面的結果證明這是不可能的。

[引理 2]: 一個 WRPE 無法達到壟斷利潤

[證明]: 假設某一個 WRPE  $\sigma$  達到壟斷利潤。由引理 1 知  $\sigma$  只可能生產圖三中斜線部份的產量, 但若要達到壟斷利潤,  $\sigma$  必需每期生產 AB 線上的產量。因此只有 A、B

兩點可能。也就是說， $\sigma$  必須每期生產  $A = (\frac{a}{2b}, 0)$  或  $B = (0, \frac{a}{2b})$ 。假設在某期生產  $A$  點，則因為是  $SPE$  我們可得

$$\left. \frac{\partial V_1(q_1)}{\partial q_1} \right|_{q_1 = a/2b} = 0; \quad (3)$$

$$\left. \frac{\partial V_2(q_2)}{\partial q_2} \right|_{q_2 = 0^+} = 0 \circ \quad (4)$$

其中  $V_i(P, Q)$  是在某一期價格為  $P$ ，產量為  $Q$  時， $i$  廠商接下去的預期利潤。也就是說，

$$V_1(q_1) = (1 - \delta)\pi_1(q_1, 0) + \delta \int_R v_1(P, q_1 + 0) dP,$$

$$V_2(q_2) = (1 - \delta)\pi_2(a/2b, q_2) + \delta \int_R v_2(P, q_2 + a/2b) dP \circ$$

由於在  $A$  點

$$\left. \frac{\partial \pi_1(q_1, 0)}{\partial q_1} \right|_{q_1 = a/2b} = 0, \text{ 且 } \left. \frac{\partial \pi_2(a/2b, q_2)}{\partial q_2} \right|_{q_2 = 0^+} > 0,$$

所以

$$\left. \frac{\partial \int u_1(q, q_1 + 0) dp}{\partial Q} \right|_{q_1 = a/2b} = 0;$$

$$\left. \frac{\partial \int u_2(q, a/2b + q_2) dp}{\partial Q} \right|_{q_2 = 0^+} < 0 \circ \quad (5)$$

但因  $\sigma$  只能生產  $A$  或  $B$  點，因此



$$\int_R v_1(P, Q) dP + \int_R v_2(P, Q) dP = a^2/4b \quad \forall Q。$$

由此可得

$$\frac{\partial \int v_1(P, q_1 + 0) dP}{\partial Q} \Bigg|_{q_1 = a/2b} + \frac{\partial \int v_2(P, a/2b + q_2) dP}{\partial Q} \Bigg|_{q_2 = 0+} = 0;$$

這和(5)衝突。因此 $\sigma$ 不可能生產在A點。同理 $\sigma$ 也不可能生產在B點。QED

### 伍、結 論

我們在這篇文章裡，說明了雖然 van Damme 的推論，是很合乎直覺的，但卻是錯誤的。即使是在不完全訊息下，仍然有可能使用 WRPE 策略。這個結果，有其實證上的重要性。如眾所知，一個維持公平交易的機構（如公交會），其主要的目的即在探知並阻止壟斷（寡）斷廠商的壟斷（勾結）定價。在最近的文獻裡，用計量的方法來探知寡佔廠商是否用所謂的 trigger strategy 來勾結的作法，非常流行。（若廠商使用 trigger strategy，則所產生的價格數列（price process），將是一個典型的 switching process）。我們在附錄裡，將申論：即使廠商價格的時間數列，不顯示一個 switching process，仍然不表示廠商沒有勾結。相反地，他們可能用 WRPE 策略來勾結。（正文部份即在證明這種策略是存在的。）但不幸的是，如果廠商用這種方式勾結，那麼所產生的價格數列 price process，和 Cournot 競爭所產生的價數列 price process，只相差一個平移。因此我們如果不知道廠商的生產成本，那麼我們完全無法辨識

勾結和競爭這兩條 processes 的不同。因此附錄的結果，等於提出一個訊息：如果公交單位只用價格數列 price process 的資料來斷定廠商是否勾結，是註定要失敗的。

## 註 釋

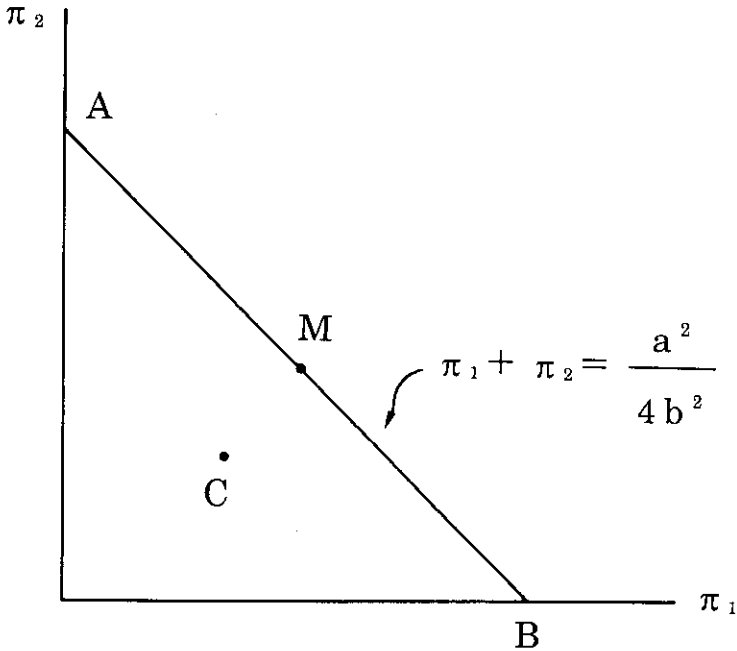
- 1 有關 WRPE 的定義和考慮動機，請見 Farrell, Maskin(1989)。
- 2 引理一在產量是 discrete 時一樣正確。
- 3 如果廠商生產的是整數產量（也就是 1, 2, 3...），那麼比如說，如果  $q_1=1$ ，則第 2 廠商的 best response 產量應為  $q_2=2$  或 3。但 (1,2) 或 (1,3) 都不在  $6-q_1-2q_2=0$  這條線上。這其實是因為  $q_1=1$  時， $q_2$  應為 2.5 才會使  $(q_1, q_2)$  落在  $6-q_1-2q_2=0$  上。但若規定只能生產整數產量， $q_2$  不能等於 2.5。這種情形，在我們假設廠商可以生產 0.5 單位的倍數的產量時，可以消除。
- 4 其實引理二證明即使 WRPE 也是無法達到壟斷利潤的。因此其實 WRPE 不應該用 A 和 B 點來處罰，而應用聯合利潤稍低（只低一點點）的 A' 點和 B' 點（見圖五）。如此當然最後的利潤不會是壟斷利潤，但仍比使用 Cournot 產量為處罰的利潤高。而產生的 price process 雖然和  $P(Q)+\tilde{\theta}$  不同，但其差異可以小到計量上不顯著 (significant) 的程度。

## 附 錄

在附錄裡我們將比較 WRPE 和 Trigger 兩種策略 (Green-Porter, 1984:87-100) 在實證上有那些不同的結果，由此我們並討論在用實證方法證明廠商進行勾結時，可能遇到的困難。

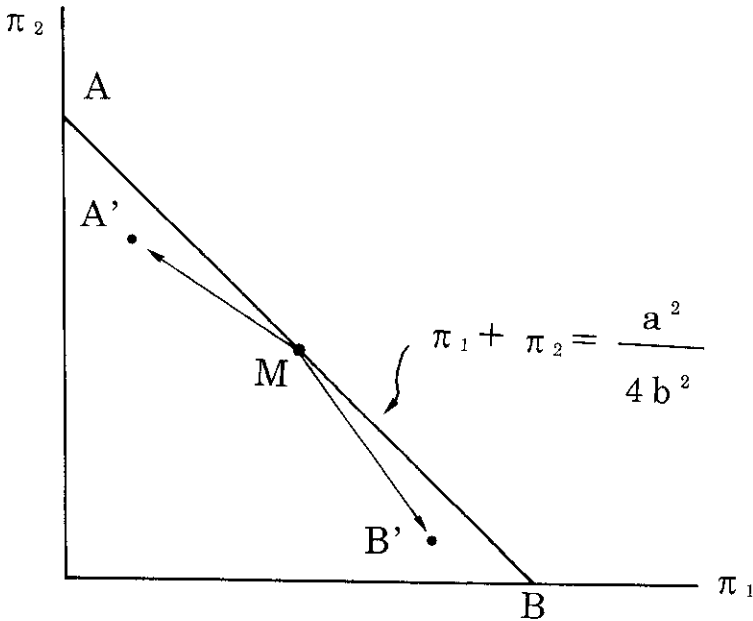
WRPE 和 Trigger 策略的主要不同點在於後者是用共同的低利

圖四



潤來當作威脅，以達到勾結目的。前者不以共同的低利潤，而以不同的市場占有率來當作威脅。這可以用圖一和二來解釋。圖四中，壟斷利潤可以用相同的低利潤 C（Cournot 利潤）以為威脅來支持。也就是說當市場價格過低時，則進入 C 若干期以為共同的處罰。因此在生產壟斷利潤的時候，即使每一家廠商都有增加產量以增加單期利潤的企圖，但由於如此會使市場價格降低而增加被處罰的機率，所以他們不願意增加生產。但在圖五中，壟斷利潤是以占有率以為威脅來支持。比如說，他們可以立下策略規定，如果市場價格太低，則下幾期生產在 A 點以處罰廠商 1。如果價格太高，則下幾期生產在 B 點以處罰廠商 2（這其實就是引理一的内涵）。值

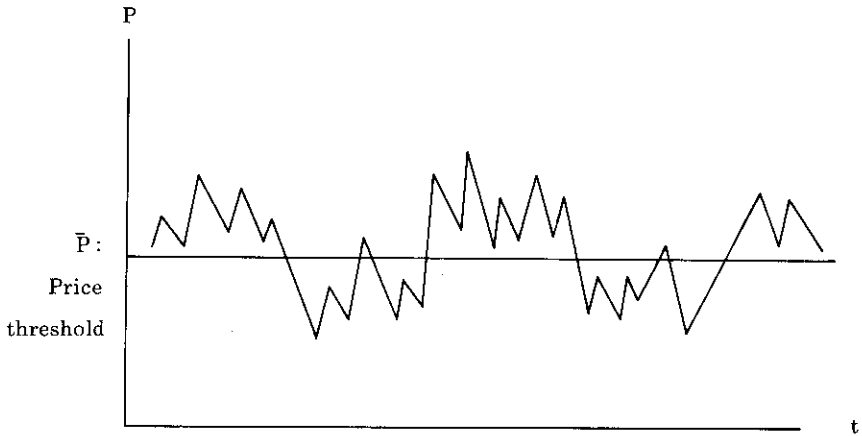
圖五



得注意的是，市場上的預期價格永遠是固定的，所變的只是在這個價格下各廠商的市場占有率<sup>4</sup>。

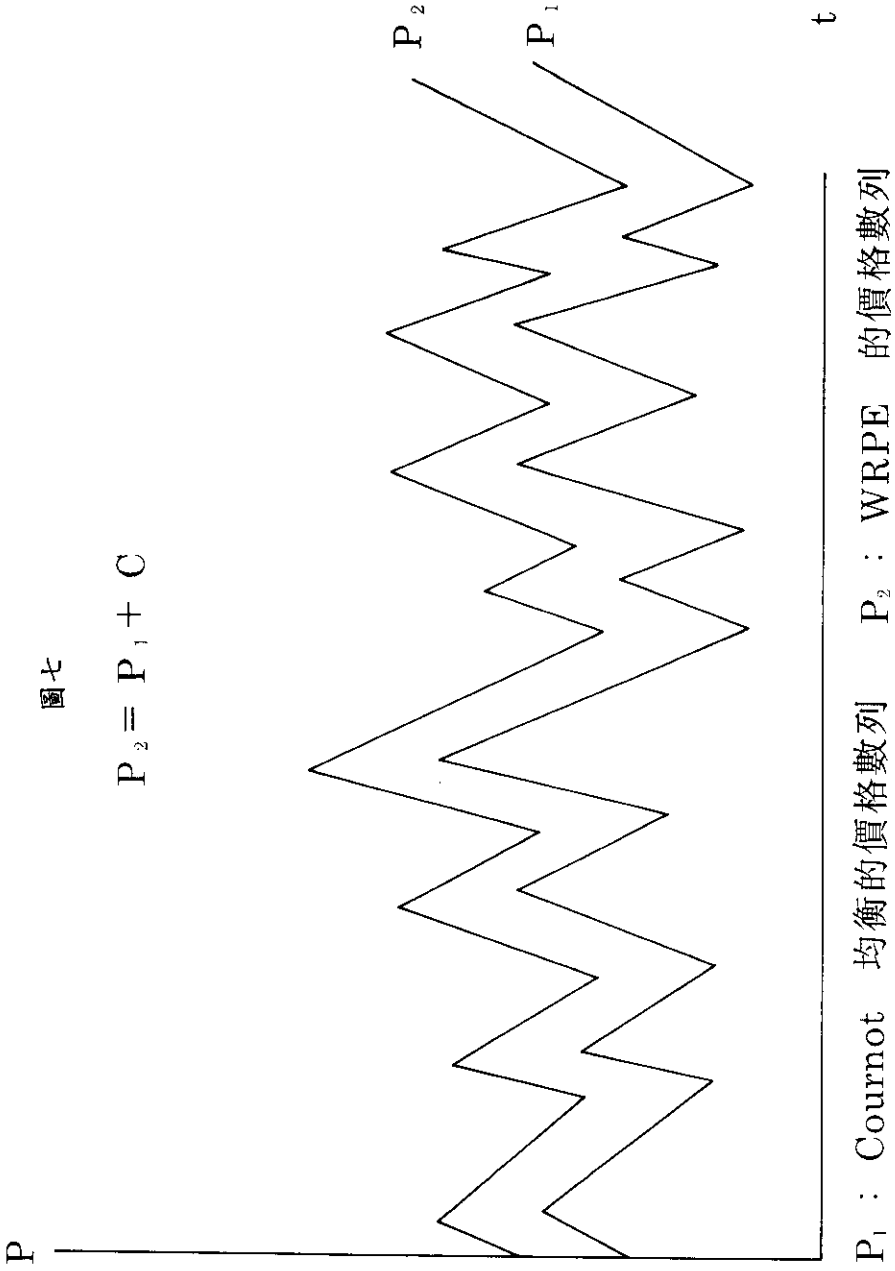
因此在 Trigger 策略下的價格數列可分成兩個狀態：正常狀態和交戰狀態。在正常狀態裡，廠商生產壟斷產量，得到壟斷利潤。一旦價格太低，則進入交戰狀態，此時廠商作 Cournot 競爭。一個典型的 Trigger 策略下的價格數列如圖六。在這個數列下，一個不尋常的低價總會伴隨著隨之而來的好幾期低價（交戰狀態），而且交戰狀態的長度大致一定。這是一個典型的 switching process。因此 Trigger 勾結很容易用計量方法探知。

圖六



但在一個 WRPE 下，總產量  $Q$ （幾乎）永遠是固定的（假設為  $Q$ ），因此  $P(Q)$  也（幾乎）是固定的。所以市場價格  $P$  的波動和  $\tilde{\theta}$ （幾乎）完全相同。這又可知一個 WRPE 和 Cournot 競爭的價格數列是（幾乎）完全相同的。也就是說  $\tilde{P}=P_c+d$ ，其中  $d$  是一個常數。一個典型的 WRPE price process 如圖七。因此如果我們不知道廠商的生產成本（通常我們是不知道的），那麼一個 Cournot 競爭下的價格數列和 WRPE 勾結下的完全一樣。但 WRPE 卻是一個比 Trigger 策略還要嚴重的勾結，因為廠商（幾乎）永遠生產壟斷產量，得到（近於）壟斷利潤。

因此這個比較所得到的實證上的結論是很清楚的：即使我們用實證無法證明廠商沒有使用 Trigger 策略勾結，仍然不能說明廠商沒有勾結，因為他們可能是用 WRPE 來勾結。不幸的是，用 WRPE 勾結所產生的價格數列和 Cournot 競爭所產生者完全相同，因此如果不知道廠商的生產成本，我們根本無法測知廠商是否進行勾結。因此想利用計量方法測知廠商的勾結程度，由這個角度來看是非常困難



的。

由於如此，一個負責公平交易的單位（如公交會）在提出證據以證明廠商勾結時，除了使用過去的定價資料外，一定還要使用其它的資料。而判案者，也不能因為所見的定價資料顯示是一個隨機數列 (random process)，就斷定沒有勾結的情形，因為廠商可能使用 WRPE 策略進行勾結。

### 參考資料

- D. Abreu, D. Pearce, and E. Stachetti,  
1986 "Optimal Cartel Equilibrium with Imperfect Monitoring," *Journal of Economic Theory* 39 251-269.
- D. Abreu, D. Pearce, and E. Stachetti,  
1990 "Toward a Theory of Discounted Repeated Games with Imperfect Monitoring," *Econometrica* 58: 1041-1063.
- E. van Damme,  
1989 "Renegotiation-proof equilibrium in Repeated Prisoners' Dilemma," *Journal of Economic Theory* 47: 206-217.
- J. Farrell, E. Maskin  
1989 "Renegotiation in Repeated Games," *Games and Economic Behavior* 1: 327-360.
- E. Green, R. Porter,  
1984 "Noncooperative Collusion under Imperfect Price Information," *Econometrica* 52:8 87-100.

---

中央研究院中山人文社會科學研究所專書(32)

產業結構與公平交易法

主 編 瞿 宛 文

出版者 中央研究院中山人文社會科學研究所

發行者 中央研究院中山人文社會科學研究所

印刷者 德伸文化事業股份有限公司

台北市森林北路九巷 12 號

中華民國八十三年六月出版

---

版權所有 不准翻印

---



SUN YAT-SEN INSTITUTE  
FOR SOCIAL SCIENCES AND PHILOSOPHY  
ACADEMIA SINICA

**BOOK SERIES**  
**(32)**

INDUSTRIAL STRUCTURE AND FAIR-TRADE LAW

Edited by  
WAN-WEN CHU

NANKANG, TAIPEI, TAIWAN  
REPUBLIC OF CHINA  
JUNE 1994