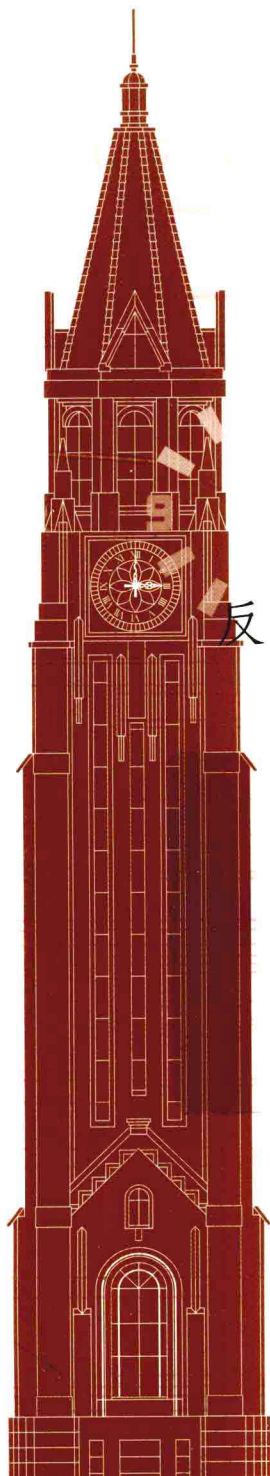




华东政法学校庆六十周年纪念文丛

EAST CHINA UNIVERSITY OF POLITICAL SCIENCE AND LAW



反垄断法中的量化问题研究

刘伟◎著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

EAST CHINA UNIVERSITY OF POLITICAL SCIENCE AND LAW

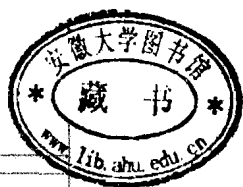


华东政法大学校庆六十周年纪念文丛



反垄断法中的量化问题研究

刘伟◎著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

反垄断法中的量化问题研究 / 刘伟著. —北京:
法律出版社, 2012. 7

(华东政法大学校庆六十周年纪念文丛)

ISBN 978 - 7 - 5118 - 3713 - 4

I. ①反… II. ①刘… III. ①反垄断法—研究—中国
IV. ①D922. 294. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 148829 号

华东政法大学校庆
六十周年纪念文丛

反垄断法中的量化问题研究

刘伟著

责任编辑 黄琳佳

装帧设计  ilovee

© 法律出版社·中国

开本 A5

版本 2012 年 7 月第 1 版

出版 法律出版社

总发行 中国法律图书有限公司

印刷 北京北苑印刷有限责任公司

印张 8.5 字数 204 千

印次 2012 年 7 月第 1 次印刷

编辑统筹 学术·对外出版分社

经销 新华书店

责任印制 陶松

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

网址/www.lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782

重庆公司/023-65382816/2908

北京分公司/010-62534456

西安分公司/029-85388843

上海公司/021-62071010/1636

深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 3713 - 4

定价:26.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

目 录

第一章 导言 001

一、问题的提出 001

二、文献综述 004

三、研究内容与创新之处 013

第二章 相关市场界定的原理、方法与量化标准 016

第一节 相关市场界定的原则 016

第二节 相关市场界定的基本方法 020

一、相关产品市场界定的方法 021

二、相关地理市场界定的方法 030

第三章 相关市场界定在受管制行业的适用 034

第一节 电信业的相关市场界定分析 034

一、电信业的相关产品市场界定 034

二、电信业的相关地理市场界定 039

第二节 民航业的相关市场界定分析 041

一、民航业的相关产品市场界定 041

二、民航业的相关地理市场界定 042

第三节 银行业的相关市场界定分析 046

一、银行业的相关市场界定的争论 046

二、文献综述 050

三、方法、模型与数据 053

四、结论 058

第四节 银行卡业的相关市场界定分析 059

一、银行卡及银行卡产业的相关概念介绍 059

二、银行卡产业的运作机制 061

第四章 市场势力的衡量 073

第一节 结构主义对市场势力的衡量 073

一、衡量市场势力的基本方法 073

二、各国竞争法对市场势力的衡量标准 086

第二节 市场结构与厂商市场势力关系的实证检验 096

一、理论假说与模型设定 098

二、样本、数据与变量选择 102

三、实证结果及解释 105

四、结论与政策含义 110

第三节 基于事件分析法对市场势力的衡量 112

一、事件分析法概述 112

二、事件分析法对企业并购的市场势力假说的检验 114

三、事件分析法在垄断与价格卡特尔案中的应用 121

四、对我国反垄断法实施的启示 127

第四节 直接对市场势力的衡量:剩余需求弹性估计的方法 129

一、方法的提出与含义 129

二、方法的应用 130

三、方法评价 137

第五节 附属市场市场势力的衡量 139

一、在数码产品市场索尼公司是否具有市场支配地位 140

二、索尼公司是否构成直接的搭售 143

三、售后市场市场势力的经济学分析 147

四、结论 152

第五章 买方势力的衡量 154

第一节 竞争法对买方势力的评估和量化标准 154

一、买方垄断势力与买方抗衡势力 155

二、买方势力的评估和量化标准 160

三、竞争法对买方合谋的认定及规制 164

四、竞争法对并购中买方势力的评估和认定 168

五、对我国反垄断法实施的启示 173

第二节 我国制造业的买方势力量度 175

一、引言 175

二、模型构建与变量选择 178

三、实证结果及解释 181

四、结论与政策含义 187

第六章 企业合并中市场势力和效率衡量 189

第一节 横向并购的市场势力和效率衡量 189

一、连锁家电零售厂商并购的市场势力衡量 189

二、外资并购我国啤酒厂商的效率度量 203

三、横向并购的申报标准的量化 222

第二节 纵向并购的市场势力和效率衡量 233

一、纵向并购的市场势力的衡量 233

二、纵向并购的效率度量 242

三、纵向并购的反垄断执法规则 248

第三节 混合并购的市场势力和效率的衡量 251

一、混合并购的市场势力衡量 251

二、混合并购的绩效度量 258

三、混合并购的反垄断法规制 260

附录 263

第一章

导 言

一、问题的提出

量化标准问题已成为我国反垄断法研究的重要问题之一,而量化标准的难以确定与统一,已成为制约我国反垄断法有效实施的因素之一。徐孟洲等认为,^①反垄断法中的量化问题主要包括:(1)反垄断法中主体的量化。主要包括:①企业个数的量化问题。②国家执法机关的量化问题。国家设立几个执法机构,也是反垄断法主体中的一个量化问题。如日本与我国台湾地区只设一个公平交易局,它既是反垄断行为的执法机构,又是反不正当竞争行为的执法机构。德国只设一个独立的反垄断执法机构,而美国则设司法部和联邦贸易委员会两个并行的反垄断执法机构。(2)垄断行为中的量化问题。包括①扭曲市场行为中的量化问题。欧盟竞争法认为只有扭曲竞争或其影响达到显著程度时,才构成反垄断法禁止的垄断行

^① 徐孟洲、侯作前:“论反垄断法中的量化问题”,载《法学杂志》2002年第3期。

为。②企业合并与控制中的量化问题。③滥用优势地位中的量化问题。无论是理论还是实践,滥用优势地位的重点和难点问题都是优势地位的标准是什么以及怎样确定这两个问题。一般认为,市场份额的数值因素、时间因素及认定企业具有优势地位的地域范围是最关键的。而这三者都需要予以量化,需要明确界定占多少份额,持续多长时间才算具有优势地位。(3)反垄断法中禁止性垄断行为衡量标准的量化。一方面,根据罪刑法定的近代法治原则,对反垄断行为进行处罚的前提要件就是足以证明被控行为构成了反垄断法中的禁止行为。这就要求对被指控行为进行定量分析。另一方面,由于规模经济的优势和效益,各国政府在认定一行为是否为非法时,又要考虑或衡量垄断行为与自由竞争的平衡关系,需要在两利之间择其大,两弊之间择其小,这就要求反垄断部门对被指控的经济行为进行结构—行为—效益的经济分析。(4)反垄断法中处罚问题的量化。对被认定为违反反垄断法的垄断行为,当然要给予处罚,其中的罚款、赔偿、拆解公司、返还或退还股份等,都涉及量化问题。

我们认为,反垄断法中主体的量化不是反垄断法量化问题的核心,而垄断行为中的量化问题和反垄断法中禁止性垄断行为衡量标准的量化实质是同一个问题,无需区分开,垄断行为的量化和反垄断法中处罚问题的量化是反垄断法量化中的两大核心问题,而本书重点研究的是垄断行为的量化问题,反垄断法规制的三大指向是价格卡特尔行为、占有市场支配性地位厂商滥用市场优势地位的垄断行为和产生损害竞争的企业并购行为。由于价格卡特尔行为适用本质违反原则,而后两者行为适用合理性原则。因此反垄断法对垄断行为的量化最大难点和核心问题,就在于如何对市场势力进行衡量,对占有市场支配性地位厂商滥用市场优势地位的垄断行为和产生损害竞争的企业并购行为如何量化。

关于量化的方法,当然最好直接对厂商的市场势力加以测量。但在不少场合由于数据的缺乏,我们用得更多的还是传统的间接衡量市场势力的结构分析的方法。如在垄断案中,两步法被采用,第一步相关市场界定包括相关产品和相关地理市场的界定,如果企业的市场份额高于某一门槛(通常是70%),便推断市场势力的存在,第二步检查是否存在反竞争的行为;而在合并案中问题不是市场势力的滥用,而是判断合并加强市场势力的可能性大小,因此结构分析法在合并案中只须一步检验,即对市场界定后,通过计算合并前后赫芬达尔—赫希曼指数的变动,来判断合并所引起的市场势力增加。因此在传统的结构主义方法对市场势力衡量的程序中,相关市场界定的量化是一个重要的环节。而对市场势力相关市场界定的量化方法主要有1992年美国合并指南的SSNIP检验、Stigler & Sherwin等提出的价格相关检验以及经过进一步发展的价格等同及调整速度检验、Granger因果关系检验、协整检验以及平稳性检验、Elzinga & Hogarty提出的销售法等。

当市场势力可以直接衡量以及反竞争效应可以直接证明时,便不再采用相关市场界定的方法。当市场很难精确定义时(尤其在差异性产品市场),相关市场界定就几乎毫无用处,此时市场势力和反竞争效应就不能通过市场份额得到有力地验证,而根据市场势力和反竞争效应得出的直接证据是令人信服并有利用价值的。反竞争效应的直接证据应该包括诸如与高成本和改良的产品质量等因素无关的价格增长,市场势力的直接证据应包括关于需求弹性的证据。在差异性产品市场中,剩余需求弹性估计技术使得估计参数大为减少。而直接对市场势力进行衡量的方法主要有剩余需求弹性法和基于股票市场价格数据的事件分析法等。

书稿以承担的2009年度教育部人文社会研究青年课题——《反垄断法中的量化问题研究》(批准号:09YJCZH046)之研究成果为基础,

在充分借鉴国外反托拉斯经济学在市场势力衡量领域的相关理论和实证研究的基础上,一方面,采取跨学科的研究方法,结合我国已经公布并实施的反垄断法和相关案例如我国连锁家电两大巨头国美—永乐的合并案,通用收购德尔福案以及我国反垄断第一案四川德先科技有限公司诉上海索广电子有限公司和索尼株式会社案,运用经济计量技术、事件分析法、案例分析法,对企业合并中的市场势力和附属市场市场势力进行衡量。另一方面,从反垄断立法的角度出发,对反垄断法的传统领域相关市场界定的原理和方法进行梳理,重点比较了企业合并案与垄断案中进行相关市场界定的差异,对国外反垄断法市场界定在公用事业、银行业和银行卡业适用方面的司法实践进行了总结,对我国的反垄断法中相关市场界定如何量化提出了自己的建议。

二、文献综述

国外关于反垄断法实施中的量化问题的研究,主要涉及两方面的内容,即相关市场界定和市场势力衡量的量化问题,这方面的文献十分丰富。Brandow(1969)^①将市场势力定义为厂商直接影响其他市场参与者或者诸如价格、推广促销(Promotion Practice)等市场变量的能力。产业组织理论中传统的结构主义(SCP 范式)学派认为,市场集中度对利润率的正的影响可以作为运用市场势力的证据。也就是说,通过对集中的程度的考察可以直接观测到市场势力的运用程度。如何正确的估计市场势力的运用程度,产业组织的经验研究在 1980 年以后分成了传统的结构主义和新经验研究两个方向,前一个方向是对 SCP 范式的一个发展,较新的结构主义研究则运用推测变差的方法建立了企业推

① Brandow, G. E., Market Power and its Sources in the Food Industry. *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 51, 1969, pp. 1 - 12.

测其竞争对手的行为并依据这种推测行事的结构主义模型,为结构主义的研究提供了理论基础。而后一个方向则是采取了新的研究方法,认为市场势力不可以直接观测,但是可以通过计量分析推断出来,此外,他们也认为厂商销售利润率与经济学意义上的边际成本也是不能直接观察的,其研究更多的集中于单个产业层面或厂商层面。

如 Applebaum 在 1982 年发表的“the estimation of the degree of oligopoly power”一文中提出了在厂商和产业层面对市场势力进行衡量的理论框架,^①并对橡胶、烟草、纺织等一些的推测弹性和勒纳指数进行了估计。Suslow 在 1986 年发表的“Estimating monopoly behavior with competitive recycling: an application to Alcoa”一文中对美国 20 世纪 40 年代经典反垄断案例美国铝业公司案中的具有市场垄断地位的美国铝业公司的剩余需求弹性及市场势力勒纳指数进行了估算。^② Cotterill 在 1986 年发表的“Market power in the retail food industry: evidence from Vermont”一文中估计了一组方程以解释美国佛蒙特州 18 个地区性市场的超级市场之间食品价格指数的差异,其研究表明产业价格研究也具有类似价格—成本差额研究的优点,同时实证研究结果表明,高集中度市场里的连锁超级市场能够运用特定的市场势力。^③ Nevo 在 2001 年发表的“Measuring market power in the ready-to-eat cereal industry”一文中针对美国 20 世纪 70 年代的著名反垄断案即食谷类食品案,对即食

① Appelbaum, E., The Estimation of the Degree of Oligopoly Power. *Journal of Econometrics*, Vol. 19, 1982, pp. 287 – 299.

② Suslow, Valerie Y., Estimating monopoly behavior with competitive recycling: an application to Alcoa, *Rand journal of economics*, Vol. 17, issue 3, 1986, pp. 389 – 403.

③ Cotterill, R. W., Market power in the retail food industry: evidence from Vermont, *the Review of Economics and Statistics* 68, 1986, pp. 379 – 386.

谷类食品产业的价格—成本值进行了估计。^①

反垄断法的量化涉及的企业并购中的市场势力和效率效应的度量也是国外学术界关注的一个重要领域,Salant et al. (1983)^②最早应用博弈论方法,采用 SSR 模型对横向并购的动机与效应进行了分析,结论认为,在大多数情况下,企业通过横向并购能够收获市场势力;Perry 与 Porter(1985)^③基于二次成本函数,引入资产因素表达企业的规模,对 SSR 模型进行了修正,结论是并购行为可以产生规模效应,降低厂商的边际成本;20 世纪 90 年代,越来越多的学者对并购的福利效应进行关注,其普遍的结论是,当不存在规模经济与管理协同时,并购必将导致产品价格提高,有损消费者剩余;Farrell 与 Shapiro (1990)^④基于一般性的需求函数和成本函数,全面系统地研究了非对称古诺市场中的企业并购效应(著名的 F&S 模型),包括规模经济效应、协同效应、技术互补效应,等等,提出了并购引起价格上升及价格上升具有正外部性的条件,即如果横向并购满足某些条件,如规模效应、市场势力的提高等,则即使并购造成产品价格提高,社会总福利还是会得到改善,理由在于企业利润的增加一定程度上弥补了消费者剩余的损失;在此基础上,Polasky 与 Mason(1998)^⑤对古诺市场中横向并购的短期和长期效应进行了比较。结果发现,在短期情况下,由于生产规模的约束,横向并购

① Nevo, A., Mergers with Differentiated Products: The Case of the Ready-to-Eat Cereal Industry, *Rand Journal of Economics*, 31(3), 2000, pp. 395 – 421.

② Salant, Stephen W. Switzer, Sheldon. & Reynolds, Robert., Losses from Horizontal Merger: The Effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot-Nash Equilibrium, *Quarterly Journal of Economics*, 2, 1983, pp. 185 – 199.

③ Perry M K, Porter R H., Ologopoly and the incentives for horizontal merger. *American Economic Review*. (75), 1985, pp. 219 – 227.

④ Farrell, Joseph & Carl Shapiro, Horizontal Mergers: An Equilibrium Analysis, *American Economic Review*, (80), 1990, pp. 107 – 126.

⑤ Stephen Polasky, Charles F Mason. On the welfare effects of mergers: short run vs Long run. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 38(1), 1998, pp. 1 – 24.

很可能降低社会福利;而长期情况下,如果参与并购的其中一个企业的生产能力小于市场平均生产能力,并购一般会改善社会福利;而 Creane 与 Davidson(2004)^①分析了并购行为对未参加并购企业的影响,指出在大企业并购不产生成本节约效应时,任何并购都使得未参与并购的企业受损;而横向并购的单边效果理论产生于 20 世纪 80 年代,Salant et. al. 在 1983 年发表的题为“Loss from Horizontal Merger”的论文中首次提出了单边效果的概念,^②在此基础上,夏皮罗等人相继发表论文,形成了较为完整的理论体系。单边效果理论的基本原理并不深奥,简单地说,就是在产品存在差异化的市场上,不同产品之间的替代程度是不同的,产品间的竞争关系也不同,产品之间的替代性越强,其竞争关系就越直接。如果生产两种替代性很强(消费者分别将这两种产品视为其最优选择和次优选择)的企业进行并购,并购后的企业就可能获得一定的市场势力,单方面地将其中一种产品的价格提高到并购前的价格水平之上,从而损害竞争。1992 年,美国司法部和联邦贸易委员会正式将单边效应理论纳入并购指南。在美国的反垄断执法实践中,对存在产品差异化特征的企业并购在分析其反竞争效果时通常多从单边效应角度入手。对于并购后市场集中度超过安全区,且并购双方合计的市场份额超过 35% 的横向并购,且有证据表明两种产品为部分消费者的最优选择和次选选择,就必须对其进行单边效果分析。

运用事件分析法对横向并购的效应进行分析也是国外反垄断经济学的研究分支。Eckbo 和 Stillman 在 20 世纪 80 年代开创性地提出了

① Creane, A., & Davidson, C. Multidivisional firms, internal competition, and the merger paradox. *Canadian Journal of Economics*, 37, 2004, pp. 951 - 977.

② Salant, Stephen W. Switzer, Sheldon. & Reynolds, Robert. , Losses from Horizontal Merger: The Effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot-Nash Equilibrium, *Quarterly Journal of Economics*, 2, 1983, pp. 185 - 199.

Eckbo-Stillman 检验方法,^①奠定了应用事件分析法在反托拉斯分析研究的基石。Mullin, G. , J. Mullin and W. Mullin(1995)^②应用事件分析法对钢铁业合并的反托拉斯措施对钢铁企业、铁路企业价值的影响进行了分析。Hoske and Simpson(2001)^③对 1986 ~ 1995 年间,这也是美国反托拉斯当局实行相对宽松反托拉斯政策的十年,发生的六个超级市场并购前后股票价格的反应进行了研究,每个并购都会导致竞争高度重叠本地市场的集中度有一定提高,具体而言赫芬达尔指数变动的范围为 200 ~ 900,并购完成后赫芬达尔指数的水平范围为 1350 ~ 3000。作者对六起并购的竞争对手们的股票在并购信息公布的当天和前一天是否存在超常收益进行了分析,其中四起竞争对手们的股票价格没有上涨,另外两起竞争对手们的股票价格上涨但统计上不显著。

20 世纪 80 年代以来研究的热点从横向转向了非横向合并的效应及其反垄断政策含义的研究,1984 年的美国《合并指南》就被称为非横向合并指南,而 2007 年 11 月欧盟委员会颁布的《企业间非横向并购评估指南》(以下简称《非横向合并指南》),是欧盟竞争法的最新进展。学者关于非横向合并的效应度量的研究观点,概括地讲,归为两类:第一类学者认为非横向合并之后的企业会利用垄断力量对其他下游竞争者(input foreclosure)或者消费者(consumer foreclosure)实施封闭。Salop and Scheffman(1983,1987)^④认为占主导地位的厂商将利用其市

① Eckbo, B. E. Horizontal mergers, collusion, and stockholder wealth, *Journal of Financial Economics*, 11, 1983, pp. 241 - 273.

② Mullin, G. , J. Mullin and W. Mullin, the competitive effects of mergers: stock market evidence from the U. S. Steel dissolution suit, *Rand Journal of Economics*, 26, 1995, pp. 314 - 330.

③ Hosken, D. and Simpson, J. D. Have supermarket mergers raised prices? an event study analysis, *International Journal Economics of Business*, 8, 2001, pp. 329 - 342.

④ Salop, S. C. , Scheffman, D. T. , Cost-Raising Strategies. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 36, No. 1. 1987, pp. 19 - 34.

场力量提高下游竞争厂商的原材料成本。De Fontenay and Gans (2004) ^①认为下游厂商愿意通过与上游供给厂商合并以此来获得更大的垄断势力(市场议价能力)。Salop and Scheffman (1983) ^②, Hart and Tirole (1990) ^③, Riordan (1998) ^④, Ordover et al. (1990) ^⑤, Avenel and Caprice (2003) ^⑥都认为如果厂商采取封闭的行为将导致最终产品的高价,从而损害消费者利益。Hendricks and McAfee (2000) ^⑦通过对双边垄断合并的实证分析的结论显示:如果合并的厂商的规模越大,那么封闭的效果也越明显。Waterman and Weiss (1996)发现拥有自己的收费电影频道的转播商将更加倾向于选择播放自己的频道从而封闭其他与自己的收费频道相竞争的频道。^⑧ Rosengren and Meehan (1994) ^⑨对一个实例利用 Salinger 的模型验证:封闭将导致竞争者成本的上升,并且将显著的削减竞争者的利润。Ayako Suzuki (2009) ^⑩对著名的时代华

① De Fontenay, C. C., Gans, J. S., Can vertical integration by a monopsonist harm consumer welfare? *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 22, 2004, pp. 821 – 834.

② Salop, S. C., Scheffman, D. T., Raising Rivals Costs, *American Economic Review*, Vol. 73, 1983, pp. 267 – 271.

③ Hart, O., Tirole, J., Vertical integration and market foreclosure, *Brookings Papers on Economic Activity* 1990, pp. 205 – 276 .

④ Riordan, M. H., Anticompetitive Vertical Integration by a Dominant Firm, *American Economic Review*, Vol. 88, No. 5, 1998, pp. 1232 – 1248.

⑤ Ordover, Janusz, et al., Equilibrium vertical foreclosure, *American Economic Review* 80, 1990, pp. 127 – 142.

⑥ Avenel, E., Caprice, S., Upstream market power and product line differentiation in retailing, *International Journal of Industrial Organization* 24, 2003, pp. 319 – 334.

⑦ Hendricks, K., McAfee, R. P. A theory of bilateral oligopoly, Mimeo. California Institute of Technology 2000, pp. 1 – 37.

⑧ Waterman, D. and Weiss, A. A., The Effects of Vertical Integration Between Cable Television Systems and Pay Cable Networks, *Journal of Econometrics*, Vol. 72, 1996, pp. 357 – 395.

⑨ Rosengren, Eric S & Meehan, James W, Jr, Empirical Evidence on Vertical Foreclosure, *Economic Inquiry*, Oxford University Press, Vol. 32(2), April 1994, pp. 303 – 317.

⑩ Ayako Suzuki., Market foreclosure and vertical merger: A case study of the vertical merger between Turner Broadcasting and Time Warner, *International Journal of Industrial Organization*, 27, 2009, pp. 532 – 543.

纳/特纳合并案进行了实证分析,结果显示:该合并将同时产生效率的提升和封闭竞争者的行为。

第二类学者认为非横向并购之后的企业将会提升企业内部的效率,削减交易成本,从而降低最终产品的价格,提升最终产品的产量。Tirole(1988),^①Williamson(1975)^②认为企业通过合并可以提高多个方面的生产效率,合并可以减少交易成本,并最终使消费者受益。Spengler(1950),^③Salinger(1991),^④和Tirole(1988)认为由于合并可以消除双重垄断加价,下游厂商将有动机进行合并以此来增加总利润,并降低边际成本。Tirole(1988)认为上下游厂商合并将消除下游厂商的道德风险问题,以此来提升利润。Reiffen and Vita(1995)^⑤利用博弈论分析了N家古诺竞争条件下的纵向合并行为,得出以下结论:a.合并将降低最终产品的价格,b.削减下游原材料成本,c.增加消费者剩余。Vita(2000),^⑥Barron和Umbeck(1984)^⑦以及Shepard(1993)通过对美国汽油市场的分析认为合并将导致零售价格降低。^⑧Chipty(2001)通过对电视节目的研究发现电视节目领域上下游的合并也会降低零售

① Tirole, J., *The theory of industrial organization*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1988, p. 223.

② Williamson, O. E., *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*, Free Press, New York, 1975, p. 118.

③ Spengler, Joseph J., Vertical integration and antitrust policy, *Journal of Political Economy* 58, 1950. pp. 347 - 352.

④ Salinger, M. A., Vertical mergers in multi-product industries and Edgeworth's paradox of taxation, *Journal of Industrial Economics* 39, 1991, pp. 545 - 556.

⑤ Reiffen, David, Vita, Michael G., Comment: is there new thinking on vertical mergers, *Antitrust Law Journal* 63, 1995, pp. 917 - 941.

⑥ Vita, M. G., Regulatory restrictions on vertical integration and control: the competitive impact of gasoline divorcement policies, *Journal of Regulatory Economics* 18, 2000, pp. 217 - 233.

⑦ Barron, John. M Umbeck, John. R., The effects of different contractual arrangements: The case of retail gasoline markets, *Journal of Law and Economics*, October 1984, pp. 313 - 328.

⑧ Shepard, A., Contractual Form, Retail Price, and Asset Characteristics in Gasoline Retailing, *Rand Journal of Economics*, Vol. 24, No. 1, spring 1993, pp. 58 - 77.