

体育法学丛书·理论探索篇

上海市“十二五”内涵建设项目成果
上海政法学院体育法学重点学科建设资助项目

职业体育反垄断 理论研究

ANTITRUST ANALYSIS OF PROFESSIONAL SPORTS



姜 熙 谭小勇 向会英 著



法律出版社 LAW PRESS · CHINA

体育法学丛书·理论探索篇

上海市“十二五”内涵建设项目成果
上海政法学院体育法学重点学科建设资助项目

职业体育反垄断 理论研究

ANTITRUST ANALYSIS OF PROFESSIONAL



姜 熙 谭小勇 向会英 著

法律出版社 LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

职业体育反垄断理论研究 / 姜熙, 谭小勇, 向会英
著. —北京: 法律出版社, 2015. 3
(体育法学丛书. 理论探索篇)
ISBN 978 - 7 - 5118 - 7598 - 3

I. ①职… II. ①姜…②谭…③向… III. ①职业体
育—反垄断法—研究 IV. ①D912. 290. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 041366 号

职业体育反垄断理论研究

著 者: 姜 熙 谭小勇 向会英
责任编辑: 彭 雨
装帧设计: 马 帅
责任印制: 张建伟

出 版	法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号 (100073) http://www.lawpress.com.cn/
编辑统筹	法律职业教育出版分社
经 销	新华书店
总 发 行	中国法律图书有限公司 http://www.chinalawbook.com/ 第一法律书店 (010 - 63939781/9782) 西安 (029 - 85388843) 重庆 (023 - 65382816/2908) 上海 (021 - 62071010/1636) 北京 (010 - 62534456) 深圳 (0755 - 83072995)
销售专线	010 - 63939806/9830
数据支持	法律门 http://www.falvmen.com.cn/

开 本	720 毫米 × 960 毫米 1/16
印 张	15.5
字 数	280 千
版 本	2015 年 6 月第 1 版
印 次	2015 年 6 月第 1 次印刷
印 刷	北京七彩京通数码快印有限公司
书 号	ISBN 978 - 7 - 5118 - 7598 - 3
定 价	41.00 元

所有权利保留。未经许可, 不得以任何方式使用。

如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换。

序

法律乃治国之重器,党的十八届四中全会全面开启了我国依法治国的新时代。法治成为国家治理的基本方式。在依法治国建设过程中,体育法治是中国法治建设的重要组成部分,也是体育治理的必然选择。建设体育强国,实现体育治理现代化需要全面提升我国体育法治建设水平。

职业体育产业的发展是我国体育事业发展的重要组成部分,也是与市场经济关系最为密切的领域,其治理必然要走法治化的道路。正逢党的第十八届四中全会,国务院发布了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,这意味着中国体育产业将迎来一个春天,职业体育是体育产业的核心领域,所以我国职业体育产业的发展即将进入快车道。职业体育产业作为一个重要的市场经济领域,在一些西方发达国家经济中占据了重要比重。在职业体育产业的治理过程中,对职业体育市场竞争的法律治理至关重要。作为有“经济宪法”之称的反垄断法对于职业体育产业的调整是各国职业体育产业健康发展和反垄断实践中的重要部分,关系到职业体育产业的健康发展、消费者福利和社会公共利益。《职业体育反垄断理论研究》一书以职业体育产业高度发达,同时反垄断立法、司法实践有着较长历史和丰富经验的美国职业体育反垄断立法和实践为切入点,较系统地梳理了职业体育反垄断的基本理论。全书共十一章,分别论述了反垄断的基本经济学原理、相关国家反垄断立法的相关内容、职业体育反垄断的源起、反垄断法下职业体育联盟的性质、职业体育联盟准入限制的合法性、职业体育赛事转播权集中出售、职业体育“相关市场”界定、职业体育运动员流动限制、职业体育反垄断与劳工、赞助和企业合并等方面的问题,并对我国职业体育的反垄断规制和豁免进行了初步的探讨。

从研究视角来看,本书的研究结合了体育学、法学和经济学的视角,突破了以往多以法学为切入点的研究范式。其中大部分的内容充分考虑到了职业体育产业的特殊性,从职业体育产业特殊性方面提出了许多新的观点。同时,由于反垄断是一个实践性很强的领域,所以本书重视对欧美法院裁决的职业体育反垄断案件进行分析,尤其是美国各级法院所裁决的重要案件,试图从诸多的案例中寻找

出职业体育反垄断实践中的一些经验和教训。

我国《反垄断法》已经从 2008 年 8 月 1 日起正式施行。近年来,《反垄断法》的实施正紧锣密鼓地推进,在石油、白酒、互联网等领域的反垄断案件不断涌现,《反垄断法》已经真正成为一部对规范市场竞争发挥作用的法律。在此背景下,如何利用《反垄断法》维护我国职业体育市场上的竞争秩序,能够既实现职业体育产业的健康发展、提高经济效率,又能够增进消费者福利,成为我们急需解决的问题。《职业体育反垄断理论研究》一书对于回答这些问题具有一定的参考价值。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of the characters '姜明' (Jiang Ming) in a cursive script.

2014 年 12 月 18 日

略 语 表

- AABBC: 美国棒球俱乐部协会 (American Association of Base Ball Clubs)
- AFL: 美国橄榄球联盟 (American Football League)
- BBC: 英国广播公司 (British Broadcasting Corporation)
- BGH: 德国联邦高等法院 (Bundesgerichtshof)
- BSkyB: 英国天空广播公司 (British Sky Broadcasting)
- CBS: 哥伦比亚广播公司 (Columbia Broadcasting System)
- CFA: 大学橄榄球协会 (College Football Association)
- DBU: 丹麦足球协会 (Dansk Boldspil – Union)
- DFB: 德国足球联盟 (German Soccer Association)
- ECJ: 欧洲法院 (European Court of Justice)
- ECT: 欧共体条约 (European Communities Treaty)
- FIFA: 国际足联 (Federation International of Football Association)
- MLB: 棒球大联盟 (Major League Baseball)
- MLS: 职业足球大联盟 (Major League Soccer)
- NABBP: 国家棒球运动员协会 (National Association of Base Ball Players)
- NAPBBP: 国家职业棒球运动员协会 (National Association of Professional Base Ball Players)
- NASL: 北美足球联盟 (North American Soccer League)
- NBA: 美国职业篮球联赛 (National Basketball Association)
- NBPA: 国家篮球运动员联盟 (National Basketball Player Association)
- NBPBBP: 国家职业棒球运动员兄弟会 (National Brotherhood of Professional Base Ball Players)
- NCAA: 全国大学体育协会 (National Collegiate Athletic Association)
- NFL: 美国全国橄榄球联盟 (National Football League)
- NHL: 国家冰球联盟 (National Hockey League)
- NLAAPBBC: 职业棒球俱乐部国家联盟与美国协会 (National League and A-

merican Association of Professional Base Ball Clubs)

NLPBBC: 职业棒球俱乐部国家联盟 (National League of Professional Base Ball Clubs)

RSFF: 西班牙皇家足球联合会 (Royal Spanish Federation of Football)

SNLPF 西班牙职业足球国家联盟 (Spanish National League of Professional Football)

TDC: 西班牙竞争保护法庭 (Spanish Tribunal for the Protection of Competition)

UA: 联盟协会 (Union Association)

USFL: 美国橄榄球联盟 (United States Football League)

WHA : 世界冰球协会 (World Hockey Association)

WNBA: 美国女子职业篮球联赛 (Women National Basketball Association)



第一章 职业体育反垄断理论概述 / 1

- 第一节 反垄断的基本经济学原理 / 1
- 第二节 反垄断立法及其与职业体育相关的内容 / 8
- 第三节 职业体育反垄断概述 / 14

第二章 职业体育反垄断的历史溯源 / 19

- 第一节 美国棒球的职业化开端与《谢尔曼法》的出台 / 19
- 第二节 职业棒球反垄断的历史进程 / 25

第三章 反垄断法视野下职业体育联盟的性质 / 35

- 第一节 Copperweld 案前后各法院对职业体育联盟性质的认定 / 36
- 第二节 “企业联营说”与“单一实体说”的分析 / 42
- 第三节 职业体育联盟作为“企业联营”的反垄断分析 / 46
- 第四节 我国建立职业体育联盟的畅想 / 50

第四章 职业体育联盟准入限制的反垄断分析 / 54

- 第一节 职业体育联盟准入限制概述 / 54
- 第二节 反垄断“关键设施”理论 / 58
- 第三节 职业体育反垄断中适用“关键设施”理论的论证 / 61
- 第四节 职业体育联盟准入限制与职业体育反垄断 / 65
- 第五节 制定客观的职业体育联盟准入限制标准 / 71
- 第六节 职业体育联盟的俱乐部数量控制 / 73

第五章 职业体育联盟运动员流动限制的反垄断分析 / 76

- 第一节 什么是“竞争性平衡”? / 77

- 第二节 相关案件中法院对“竞争性平衡”抗辩的态度 / 78
- 第三节 职业体育联盟“竞争性平衡”重要性的分析 / 88
- 第四节 “竞争性平衡”与运动员流动限制的合法性分析
——来自经济学的证据 / 93

第六章 职业体育联盟赛事转播权出售的反垄断分析 / 104

- 第一节 赛事转播权概述 / 104
- 第二节 《谢尔曼法》第 1 条和第 2 条与职业体育赛事转播权出售的垄断 / 107
- 第三节 美国《体育转播法》与职业体育赛事转播权出售的反垄断 / 109
- 第四节 美国《体育转播法》与《谢尔曼法》第 1 条 / 112
- 第五节 《体育转播法》与《谢尔曼法》第 2 条——USFL 诉 NFL 案 / 118
- 第六节 对美国《体育转播法》的评价 / 120
- 第七节 职业体育联盟赛事转播权出售反垄断经典案例的分析 / 122
- 第八节 美国经验对中国的启示 / 131

第七章 职业体育反垄断“相关产品市场”界定基本分析框架

——以赛事转播为例 / 138

- 第一节 “相关市场”界定的法律意义 / 139
- 第二节 欧美在职业体育赛事转播反垄断实践中“相关产品市场”的界定 / 141
- 第三节 对欧美司法经验的分析及其给我国的启示 / 151
- 第四节 职业体育反垄断赛事转播市场反垄断“相关产品市场”界定的方法
/ 154

第八章 职业体育中企业合并的反垄断分析 / 165

- 第一节 企业合并概述 / 165
- 第二节 职业体育中的企业合并的反垄断法控制 / 169

第九章 职业体育反垄断与劳工政策 / 176

- 第一节 美国劳工法与反垄断法 / 176
- 第二节 职业体育反垄断非法定劳工豁免适用标准的确立 / 180
- 第三节 对美国劳工豁免的评价及其启示 / 188

第十章 体育赞助的反垄断法律问题 / 192

- 第一节 体育赞助与反垄断法 / 193

第二节 体育赞助的反竞争行为及反垄断分析 / 195

第三节 我国体育赞助与反垄断法 / 201

第四节 体育赞助与反垄断法的协调 / 204

第十一章 职业体育反垄断豁免制度的建构 / 206

第一节 反垄断豁免制度概述 / 206

第二节 建立我国职业体育反垄断豁免制度的思考 / 208

参考文献 / 219

后 记 / 233

第一章 职业体育反垄断理论概述

第一节 反垄断的基本经济学原理

反垄断法以保护和促进竞争为目的,竞争是市场经济的核心概念,当市场上的生产者之间相互竞争,许多的社会利益都会出现。经济学的主流观点认为,竞争可以促使生产者以最少资源消耗及最低价格水平来满足消费者需求。生产者之间的竞争使得消费者在不同价格的产品和服务之间进行选择,从而使得消费者的欲望和社会机会成本匹配。受芝加哥学派的影响,现在普遍接受的观点是,反垄断的一个主要目的就是使福利最大化,通过鼓励竞争可以实现或部分实现这一目标。^[1]从经济学角度来看,竞争不但促进分配效率(提供消费者愿意购买的商品或服务),提高生产率(以最少资源、最低成本提供产品和服务),而且激励创新,因此使得消费者福利最大化。英国公平交易局根据《公司法》(2002年)所作的论述就是:“企业间为赢得顾客的竞争过程(如果这一过程有效的話)将迫使企业以价格、质量、选择权的方式将利益转移给消费者”。^[2]所以,就消费者而言,市场竞争有利于消费者的福利。市场经济理论认为,人们是对自己的福利负责的。如果能在竞争性的市场上自愿地交换产品和服务,则对他们的利益最有利。如果所有的交易都是自愿的,则每个人都会继续交换下去,直到下一笔双方自愿的交换不再能增进其利益为止。如果所有的交换都是以竞争性价格进行的,比起有的交换价格高于这一点或低于这一点来说,社会总体上会更富裕。^[3]反垄断法的一个重要目标就是打击市场上的垄断行为,保证市场的竞争性。

事实上,现实中的市场状态是处于完全竞争和垄断状态的中间,并且受很多因素的影响。但是,理解相关的竞争经济学理论模型十分重要,因为它们可以帮

[1] Oliver Black, *Conceptual Foundations of Antitrust*, Cambridge University Press, 2005, p. 7.

[2] Office of Fair Trading, *Market Investigation References* (Guidance about the Making of References Under Part 4 of the Enterprise Act), 2003, p. 15. Office of Fair Trading, *Mergers: Substantive Assessment Guidance*, London: Office of Fair Trading, 2003.

[3] Herbert Hovenkamp, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and its Practices*, West Academic Publishing, 2013, p. 3.

助辨别市场行为,解释反垄断判决和评价反垄断行为。

一、完全竞争模型

“完全竞争”这个词描述的是一个消费者利益处于主导地位的市场。生产者在竞争中以最低的价格生产出消费者想要购买的产品。在不损害他人福利的情况下,再没有任何一个生产或销售上的安排能够给任何一位卖方或消费者带来更多的福利,从这一意义上来说,完全竞争市场是一个高效的市场。社会财富最大化,因为资源被配置到最有价值的地方,而且生产出了最优产品。下面是完全竞争市场存在的条件:

1. 所有卖方的产品绝对同质(homogenous),因而消费者不在意是购买哪个卖方的产品,只要其价格是相同的,即没有消费者挑选卖家的理由,反之亦然。^[1]

2. 该市场上的每个卖方相对于整个市场来说都太小了,以至于每个卖方产量的增减,或者甚至它退出市场,对该市场上其他卖方的决策均没有影响,也就是任何一位消费者所购买的商品数量以及任何一位卖者所销售的商品数量都小至不足以影响市场价格的程度。

3. 流动性(mobility):所有资源是完全流动的,或者换个角度说,所有的卖方都同样能获得其生产所需要的投入物,市场进出完全自由。如果没有流动性,垄断力量就会成为可能。

4. 完全信息(perfect information):该市场上的所有参与者都充分了解该市场的价格、产出信息,以及其他市场信息。

Keith N. Hylton 在 *Antitrust Law Economic Theory and Common Law Evolution* 一书中除了分析上述四个方面之外,还谈到了“没有第三方效应”(no third-party effects)的问题,指出完全竞争模型的假设不存在外部性(externalities),即不存在第三方效应,与生产商品或者提供服务相关的所有成本和收益仅由就产品或者服务的供应而签订了合同的双方当事人承担。^[2]外部性导致生产水平背离社会最优水平。Keith N. Hylton 还以药厂为例进行了分析。

一般说来,市场越接近于符合以上这些条件,其竞争性越强。理论上,“完全竞争”将会出现“在长期竞争均衡中,企业获得零经济利润”的结果。因为在这样的一种状态下,企业的进入和退出是自由的。如果作为生产者的企业获得的经济利润为正,其竞争对手就可能进入这一市场,这种进入会一直持续,直到这一市场内企业的供给增加促使价格回落到刚好补偿生产成本以及资本和管理技术的机

[1] [美]欧内斯特·盖尔霍恩等:《反垄断法与经济学》,任勇等译,法律出版社2009年版,第55页。

[2] Keith N. Hylton, *Antitrust Law Economic Theory and Common Law Evolution*, Cambridge University Press, 2003, pp. 7-8.

会成本的水平。如果企业的经济利润为负,这一市场中的企业退出就会发生,直到经济利润回归到零。企业的这种自由进入和退出是对经济利润所作出的回应。其次,经济利润是针对长期,而非短期。完全竞争模型中并没有暗示企业无法在短期内获得经济利润。事实上,短期的经济利润或经济亏损正是引发了企业的进入或退出。

尽管根据前面的几种完全竞争的假定条件能够推导出零经济利润的观点,但 Keith N. Hylton(2003 年)认为,以下三个中间类型的假设对于分析一个完全竞争中的长期均衡而言是非常有用的,如图 1 所示。

第一个假设	单个企业面临一个无限的弹性需求曲线
第二个假设	利润最大化
第三个假设	单个企业面临一个 U 形的长期平均成本曲线

图 1 三个中间假设

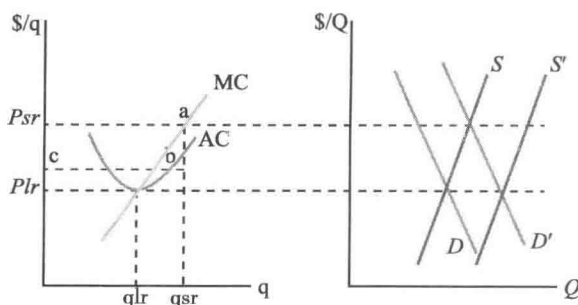
第一个中间假设是“个体企业面临一个无限的弹性需求曲线”。需求弹性 (elasticity of demand) 衡量了对于商品价格变化所作出的数量反应。“零需求弹性”意味着价格变化对数量需求没有任何影响。“无限需求弹性”则意味着,企业能够生产他希望按照均衡价格出售的尽可能多的产品,而供给数量的增加对于市场价格没有任何影响。由于这一假设的缘故,竞争经济境况下的企业是一个“价格接受者”(price taker),它接受的这个价格是一个不受该企业自身影响的、既定的市场价格。虽然一个企业可以定位一个与市场价格不同的价格,然而,这一假设意味着企业没有动机这么做。假设这一企业设定的价格在竞争性水平之上,它就会什么也卖不出去,因为消费者能够按照市场价格从其他企业那里买到商品。假定企业的定价在竞争性水平以下,那么它卖出的商品的数量将会与他按照竞争价格卖出的商品数量相同,而此时它所获得的收益却会变少了,因为它按照一个比较低的价格出售了商品。

第二个中间假设就是“利润最大化”(profit maximization)。在长期竞争均衡中,经济利润为零,这意味着价格等于平均成本。假设 C = 生产成本, AC = 平均成本(C/q), MC = 边际(或增量)成本。那么,利润 $= pq - C = q(p - AC)$,那么正利润意味着 $p > AC$,零利润意味着 $p = AC$ 。由于企业也最大化了利润,那么价格必须等于边际成本($p = MC$),因为企业最大化了自己的利润,这意味着企业增加了自己的产量直到边际收益等于边际成本($MR = MC$),或者企业将会生产能够带来与其成本相同或者比成本更多的收益的每单位产品。当需求线是无限弹性的时候, $MR = p$ 。因此,在长期竞争均衡中 $MR = MC = AC = p$ 。

利润最大化并不是一个很有力的行为假设,因为一个竞争环境或多或少地都会迫使企业最大化利润。由于在利润最大化的企业当中,经济利润从长期来讲是零,如果一家企业选择不去最大化自己的利润,那么这家企业将会得到一个负的经济利润。企业的所有者将不得不在压力下出售资产或者将资产用于它处。

第三个中间假设就是“单个企业面临一个 U 形的长期平均成本曲线”。它之所以呈这种形状,是因为日益增加的专业化机会(随着规模扩大)以及对更多生产投入要素的替代品的机会。所以,我们把该企业视作最初利用了仅仅适合于该企业的生产要素。因为这些特定的生产要素通常都极具生产力,因此它们促使长期平均成本下降。为了考察这一点,假设 L 代表唯一的(变量)投入要素,且它的价格为 w ,再假设 AP_L 代表 L 的平均产品。在长期中(所有的要素都是变量), $AC = C/Q = wL/Q = w/AP_L$ 。因此,随着平均产品的增加,平均成本降低。随后,随着从专业化当中所获得的收益被耗尽以及企业开始利用并不那么适合于企业的生产要素,长期平均成本开始上升。短期成本线由于不同原因而呈现典型的 U 形。短期成本曲线最初下降,因为固定成本以及在某些场合可变生产要素的平均产品的增加。在某些点开始上升,因为报酬递减(diminishing returns)。将一个生产要素固定下来,可变生产要素随着产量的增加而变得不那么具有生产力了。^[1]

在这些假设的基础上,图 2 说明了竞争过程。假设价格上升到竞争水平以上(因为需求从 D 向外移到了 D')。企业增加了产量,而且在短期内看到了利润。利润提供了一个进入市场的信号。进入导致了行业供给线 S 向外移动到 S' ,直到价格回到长期均衡。在该水平上,价格等于长期平均成本线的最低值,这就意味着企业以一种节约生产资源的方式生产商品。



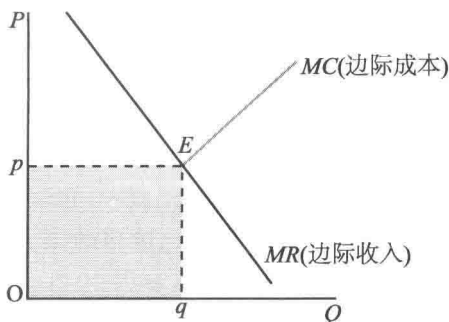
P_{sr} : 短期价格; p_{lr} : 长期均衡价格; $P_{sr}abc$ 区域: 短期利润

图 2〔2〕 竞争过程

- [1] Keith N. Hylton, *Antitrust Law Economic Theory and Common Law Evolution*, Cambridge University Press, 2003, pp. 7-8.
- [2] Keith N. Hylton, *Antitrust Law Economic Theory and Common Law Evolution*, Cambridge University Press, 2003, p. 9.

二、垄断(monopoly)与竞争

与完全竞争企业不同,垄断者,即在某个特定市场上进行产品供应的唯一的企業,面对着不同的价格和产出决定。为进行分析,我们假设市场上只有一家企业,这个垄断者没有面对一个无限弹性的需求线,因而其需求曲线与该市场的需求曲线是一样的。像竞争性企业一样,垄断者也试图最大化自己的利润。为了实现这一点,垄断者增加了自己的产量,直到生产最后一件产品所增加的收益等于所增加的成本($MR = MC$),即“边际收入”(marginal revenue)等于“边际成本”(marginal cost)。^[1] 因为对于一个企业来说,高效的生产一般来说意味着,为了某一具体的产出率企业选择最低可能的成本。当额外收入超过额外费用时,效益最大化的企业会提高产量,只要最后投入一个单位的成本能够带来不低于该成本的收入,也就是边际收入等于边际成本,企业就会扩大产量,如果企业发现更高的产量能带来更高的利润,它就会提高产量;如果更高的产量意味着利润的减少,它就会降低产量。^[2] 利润最大化原则可以表示为图3。只要仍然有利润,只要边际收入仍然大于边际成本,企业就会扩大生产,直到边际收入等于边际成本(MC 和 MR 交叉于均衡点 E)。竞争性市场上假想某一企业的利润最大化价格是 P , 与该价格对应的产量是 Q (产出了 $p - E - q - O$ 四点之间阴影部分的总收入,假设前提是单一价格)。需要重申的是,这种解释只阐明了一般现象。随着企业产量的增加,成本先经历一个下降过程,但是当企业的生产效率到达并经历一个峰值后,边际成本开始增加,当不断增加的单位产量生产成本超过单位产品收入时,企业就会停止增加产量。



纵坐标 P 表示价格(单位产品);横坐标 Q 代表数量(单位产品)

图3 企业的利润最大化

[1] 经济学原理一般认为每个企业都拥有同一个主要目标,那就是尽可能多地赢利(更确切地说是创造利润)。换句话说,每家企业都追求成本之外的那部分收益最大化。

[2] [美]欧内斯特·盖尔霍恩等:《反垄断法与经济学》,任勇等译,法律出版社2009年版,第87~91页。

对于一个垄断者而言,为了实现赢利最大化的目标,它会限制产量,并对产品强加一个比处于相同成本条件下的竞争性行业中的企业所收取的价格更高的价格。这之所以会发生,是因为垄断者的边际收益总是比一个面临同等价格的竞争性企业的收益要低。为什么?因为产量的增加通过价格乘以数量的增加而提高了整个收益,但是也通过导致价格下降而减少了每单位的收益。因此,在垄断条件下, $MR < p$ 。^[1]

图4说明了竞争与垄断下出现的具体情况。市场需求曲线 D 向下倾斜,为了方便起见,我们将其设为直线,这样并不会改变分析结果,但可以简化计算。我们再画一条边际成本曲线 MC ,它在产出量的相关区域中是向上倾斜的,这意味着成本是递增的,这是典型的情况,虽然边际成本曲线在一个相当宽泛的值域中是固定不变的。当产业为竞争性时,价格为 P_c ,而产量为 Q_c 。在垄断条件下则会有如下结果:

1. 经济利润为正($p > AC$)。

2. 垄断出现之后,由于垄断的主要效果就是减少产量、抬高价格,所以产量从 Q_c 降至 Q_m ,而价格将从 P_c 升高至 P_m 。垄断者通过边际收益曲线(MR)控制价格,这反映出市场价格随着垄断者增产或减产而波动的事实。这种垄断性定价和生产决策将导致消费者的部分财富被转移给了垄断者,这种转移在成本不变的情况下,就是图4中的2354四边形区域(垄断者的产出,乘以垄断价格与竞争性价格之间的差额)。

3. 垄断还会导致我们所知道的福利损失。在图4中简化地假设了一个水平的平均成本线,三角形456区域就是福利损失,即“无谓损失”(deadweight loss)。竞争者与垄断者之间的重要区别就在于,竞争者通过使其边际成本与需求曲线相等来获取最大化收益,而垄断者实现最大化收益则是通过使边际成本等于边际收益曲线,也就是在这个点上从销售中获得的收入增加量等于成本增加量。超过了这一点,每增产一单位就会使增加的成本超过增加的收入,所以垄断者不会继续生产。在定位了 MR 与 MC 的交叉点后,垂直线就显示出垄断者的产出量是 Q_m ,同时可以得出垄断价格为 P_m 。显然,垄断价格高于边际成本,这说明我们的资源被浪费了。消费者被期望为垄断者的产量付出更多的钱,这些钱多于用来生产的资源成本。因而,消费者越来越穷或者作出无效率的替代,因为如果他们的第一选择是竞争价格,那么这些替代则被认为是“劣质的”,三角形456区域代表着传统的由垄断引起的“无谓损失”。在需求曲线上46段以下沿着需求曲线分布的是希望支付竞争价格的消费者。他们拒绝以垄断价格进行消费,并用其他产品进行

[1] Keith N. Hylton, *Antitrust Law Economic Theory and Common Law Evolution*, Cambridge University Press, 2003, pp. 10 - 15.

无效率的替代。因为垄断者从中没有任何获利,因而这个三角形代表着消费者和垄断者的损失,因此也是社会的净损失。可以说,垄断状态下,社会财富的损耗之所以会发生,是因为消费者希望支付一个超过生产额外产量的边际成本的价格,但是,垄断者却不提供这种额外产量。^[1]

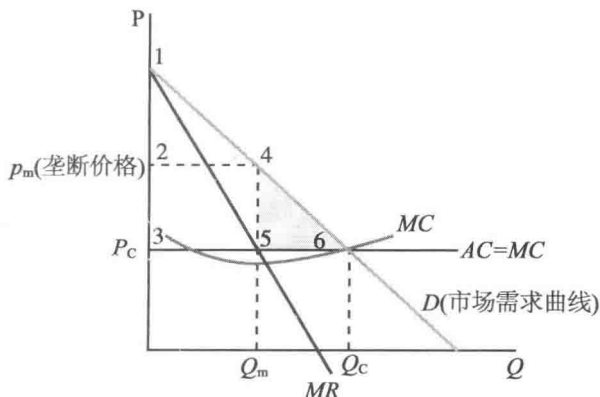


图 4

AC :平均成本

Q_m :垄断产量

P_m :垄断价格

2354 区域 = 垄断利润 = 垄断转移

456 三角区域 = 无谓损失

124 三角区域 = 消费者剩余(较竞争性条件下的消费者剩余“136 区域”少得多)

由此我们认为,无谓损失并不是由于消费者支付更高的价格所引起的。在纯粹垄断模型中,消费者的损失由垄断者的等额收益所抵消,因而从效率立场上说,这一财富转移是“中性的”。无谓损失的产生是因为垄断的原因,有的消费者从事了替代性交易,这比他们的第一选择所产生的社会价值要少,比如砖头市场上的垄断可能会迫使建筑商转而采用铝制壁板,尽管他更想用砖头,并愿意以竞争性的价格来购买砖头。^[2]

此外,还有一个重要的问题需要我们注意,经济学家曾一度认为,垄断的社会成本只有三角形 456。但在现实世界中,这个三角形会低估垄断的社会成本。前

[1] 关于由单个垄断者所造成的无谓损失三角形的大小的讨论,参见 F. Scherer & D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin 1990, pp. 661 – 665.

[2] Herbert Hovenkamp, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and its Practices*, West Academic Publishing, 2013, pp. 22 – 23.