

美国反托拉斯法 与贸易法规

——典型问题与案例分析

[美] 马歇尔·C·霍华德 著

孙南申 译

MEIGUO FAN TUOLASI FA YU MAOYI FAGUI



美国反托拉斯法与贸易法规

——典型问题与案例分析

〔美〕马歇尔·C·霍华德 著

孙南申 译

中国社会科学出版社

责任编辑 叶南奇
责任校对 古为明
封面设计 谭国民
版式设计 张汉林

美国反托拉斯法与贸易法规

Meiguo Fantuolasifa Yu Maoyifagui

〔美〕马歇尔·C·霍华德 著

孙南申 译

中国社会科学出版社 出版
发行

各 书 店 经 销

太 阳 宫 印 刷 厂 印 刷

787×1092毫米 32开本 11.75印张 254千字

1991年5月第1版 1991年5月第1次印刷

印数 1—3 000 册

ISBN 7-5004-0811-0/D·72 定价：5.10元

GDC 7/64

译者前言

在美国，各种经济关系和经济活动主要是通过反托拉斯法与贸易法规来调整的。在美国各经济部门间的关系是一种商业关系，而且根据美国法律制度，反托拉斯法又管辖美国与其它国家间的商业关系，所以从广义上讲，反托拉斯法也包括贸易法规，或者又称贸易法规。这一法规的核心内容旨在维护美国的市场竞争秩序。

本书是一部比较系统、扼要地论述美国禁止垄断、保护竞争和消费者利益的法律制度的专著。作者马歇尔·C·霍华德系美国马萨诸塞大学的法学和经济学教授、美国反托拉斯法研究专家。他从事这方面的教学与研究多年，建树颇多，在美国法学界和经济学界具有一定的影响。本书的主要特点是：第一，论述比较全面，分析深入浅出。书中对市场竞争体系的经济理论、反托拉斯法与贸易法规的法律结构与执法程序、各种非法垄断或限制竞争的商业行为、各种不正当或欺骗性的竞争方法以及对消费者的法律保护等问题的论述与分析均包罗无遗。第二，材料新颖丰富，结合案例分析。书中除系统地论述了美国反托拉斯与贸易法规的法律制度外，还较多地联系了美国市场竞争活动中的实际情况，尤其是美国近年来的反托拉斯法与贸易法规的立法趋向及执

法实践；同时还通过大量经济活动中的案例和美国法院的判例，对所论述的内容加以说明。

本书不仅有助于了解和研究美国的反托拉斯法与贸易法规，而且对我国目前经济体制改革中逐步建立社会主义有计划商品经济新秩序的法律保障体系，也有一定的参考价值和借鉴意义。因为，建立并保障社会主义有计划商品经济的新秩序同样需要完善经济立法、禁止垄断行为与不正当的竞争方法和保护消费者利益。

基于这个目的，并鉴于目前国内尚无专门介绍美国反托拉斯法的译著，特将本书译出，以供我国从事经济法的教学、研究和立法、执法的专业人员，以及从事企业经营管理和工商行政管理的业务人员参考借鉴。

目 录

序 言	1
第一章 竞争——政策目标	3
第一节 竞争的合理性	4
一、完全的竞争	5
二、纯粹的垄断	11
第二节 市场与竞争的复杂性	15
第三节 维护有效的竞争：可供选择的方法	18
一、结构的方法	18
二、行为的方法	19
三、运行的方法	21
第四节 确定有关市场	22
一、地区市场	23
二、产品市场	24
三、狗食品：衡量一个产品市场——案例研究	26
摘 要	29
第二章 反托拉斯法和贸易法规的执法机构与 诉讼程序	31
第一节 几个基本的反托拉斯法规	32
一、1890年谢尔曼反托拉斯法	32
二、1914年联邦贸易委员会法	35
三、1914年克莱顿反托拉斯法	37
四、1936年鲁宾逊—帕特曼法	40
第二节 反托拉斯司的诉讼程序	43

一、刑事诉讼程序.....	43
二、民事诉讼程序.....	44
三、完善民事诉讼程序.....	45
第三节 联邦贸易委员会的诉讼程序.....	47
一、职权范围.....	47
二、执行程序.....	48
三、贸易法规规则.....	49
第四节 减少违法行为的方法.....	52
一、本身违法行为.....	53
二、咨询意见.....	53
三、指导准则.....	53
四、罚款与监禁.....	54
五、三倍损害赔偿诉讼.....	58
六、消费者补救与民事制裁.....	61
七、集团诉讼.....	62
八、解散,分离,放弃.....	65
第五节 州反托拉斯法与贸易法规.....	68
摘 要.....	70
第三章 横向的价格关系.....	72
第一节 固定价格的几种基本的方法.....	72
一、控制市场价格或产品数量.....	72
二、市场划分.....	74
第二节 关于固定价格的判例.....	76
一、早期的判决.....	76
二、一个具有历史意义的判例.....	77
三、判例的固定化.....	78
第三节 固定价格的动机.....	80
一、少数卖主.....	82
二、需求条件.....	83

三、供应与成本条件.....	85
第四节 固定价格体系.....	87
一、可选择的操纵报价的方法.....	88
二、串通的到货定价.....	89
三、固定价格的经济代价.....	90
四、本世纪70年代的基点.....	91
第五节 横向的商业定价.....	93
一、间接的证据.....	94
二、提示.....	96
第六节 揭露价格密谋.....	98
电力设备密谋——案例研究.....	99
摘 要.....	105
第四章 行业与职业协会.....	107
第一节 工业与商业性的行业协会.....	108
第二节 职业协会与道德法典.....	112
一、律师职业——案例研究.....	113
二、会计职业——案例研究.....	118
三、工程职业——案例研究.....	120
四、医疗职业——案例研究.....	125
摘 要.....	134
第五章 企业规模、合并和垄断.....	136
第一节 绝对与相对规模.....	136
一、绝对规模.....	136
二、相对规模.....	139
第二节 通过合并扩大企业.....	142
一、合并的形式与动机.....	144
二、混合合并与多种经营.....	147
第三节 合并与公共政策.....	148

第四节 横向合并	150
一、破产公司原则	151
二、防止集中	152
三、结构的方法	154
第五节 纵向合并	155
一、市场垄断	156
二、市场支配力的扩展	159
第六节 混合合并	160
一、潜在竞争	160
二、市场占据	164
三、商业互惠	166
四、竞争性妥协	168
第七节 垄断与大型企业	169
一、确定垄断与图谋垄断的标准	171
二、大型反托拉斯案件——案例研究	174
第八节 调整工业结构的方案	185
一、标准石油公司：反托拉斯解散令——案例研究	188
二、电力工业：通过立法进行解散——案例研究	194
摘 要	197
第六章 纵向的企业间的关系	199
第一节 零售价格的维持	201
一、公平销售	202
二、建议的零售价格	203
第二节 纵向（垂直）价格的控制	206
一、反托拉斯诉讼	207
二、其它的解决途径	209
第三节 搭售	210
一、搭售的动机	211
二、反托拉斯活动	212

三、本身违法规则的例外.....	215
第四节 独家经营.....	216
一、具有支配地位的独家经营企业.....	217
二、特许专营.....	218
三、承租汽油商——案例研究.....	221
四、汽车经销商特许专营法——案例研究.....	228
第五节 独占地区.....	231
一、第一个判例.....	231
二、具有历史意义的判例.....	234
三、软性饮料销售：独占地区——案例研究.....	236
摘 要.....	243
附录 克莱顿法第三条.....	244
第七章 价格歧视.....	246
第一节 立法基础.....	246
一、1914年克莱顿法——目的.....	246
二、1936年鲁宾逊—帕特曼法——目的.....	248
第二节 对第一线竞争的损害.....	252
一、掠夺性价格歧视的实际情况.....	253
二、掠夺性定价的证据.....	254
三、地区性价格歧视——案例研究.....	258
第三节 适应竞争.....	269
一、垄断性定价的“侵蚀”理论.....	269
二、防御性与进攻性的适应竞争.....	270
三、个别与系统的适应竞争.....	271
第四节 对第二线竞争的损害.....	274
一、第二条第三款：佣金津贴.....	274
二、第二条第四款：推销津贴.....	275
三、第二条第五款：提供服务和设施.....	276
四、第二条第六款：买主的责任.....	277

五、联合广告——案例研究.....	278
摘 要.....	285
附录 1936年鲁宾逊—帕特曼法第二条.....	287
第八章 对消费者的直接保护.....	289
第一节 市场的不完善是政府干预的基础.....	290
一、生产者歪曲事实.....	291
二、消费者受骗上当.....	292
第二节 消费者保护机构.....	293
一、联邦贸易委员会.....	293
二、州和地方的消费者保护法规.....	296
第三节 防止欺骗性定价的做法.....	298
一、引诱性广告.....	299
二、原先价格比较.....	300
三、可比价格.....	301
四、制造商所提议的价格.....	301
五、“免费”商品.....	303
六、其它价格的比较.....	304
第四节 对欺骗性广告宣传和销售做法的控制.....	304
一、第五条所禁止的行为或做法.....	305
二、贸易法规规则.....	307
三、担保规则.....	309
四、言过其实的广告宣传.....	310
五、州际土地买卖：欺骗性交易——案例研究.....	314
第五节 标签管理.....	319
一、1966年包装真情法.....	319
二、纺织和皮毛标签法.....	321
三、纺织纤维产品：法定标签——案例研究.....	322
摘 要.....	327

第九章 合营企业与商业贿赂	329
第一节 合营企业	330
一、对外商业活动中的反托拉斯措施.....	331
二、合营企业发展的原因.....	333
三、合营企业与反托拉斯.....	335
四、市场划分.....	336
五、附条件的限制.....	337
六、合营企业的溢出效应问题.....	339
七、瓶颈垄断.....	340
八、潜在的竞争.....	341
第二节 技术研究性的合营企业	344
一、两种假设的情况.....	344
二、反托拉斯法的适用.....	346
三、报业的合营企业——反托拉斯豁免.....	348
第三节 商业贿赂	351
一、推销佣金和暗中进行贿.....	353
二、禁止对外贿赂法.....	354
三、竞争与海外贿赂.....	356
摘 要	358
附录 有关法规译名对照表	359

序 言

本书力图阐明以下两方面的问题：1.关于反托拉斯法与贸易法规的主要问题，这是政府当局日常必须处理的问题，其职责就是维护经济活动的正常竞争。2.与典型的私人反托拉斯行为有关的问题。第一章就维护竞争体系的经济理论框架与基本原理展开论述。第二章则详尽论述这方面的基本法律结构，以明确竞争者必须遵循的行业规则以及针对商业的社会控制体系中的促进因素和抑制因素。其余章节则讨论了有关这些方面的一些实际问题，包括这些问题产生的基本原因以及解决和可能解决这些问题的途径。

贯穿全书的案例研究是本书的特征。案例研究的目的是为反托拉斯法与贸易法规问题的论述提供实质性的材料。尽管有些案例研究的依据仅是个别法院的判决与强制措施，但更多的案例研究是根据几个法院类似的司法实践而总结的，并且是作为司法部门内的特殊惯例而加以论述的。固定价格行为通常已不止是少数人的密谋，法人的组织机构制定出复杂的方案，并且由于固定价格行为的结果，某些职业的成员在特殊组织机构内相互影响。承租汽油商不只是独家经营一个供应商产品的零售商，它们已成为介于零售市场力量和大型供应商压力之

间的独立商人。联合广告不只是由供应商向消费者提供广告津贴；有时，广告只是有利于某些消费者，而不是其他消费者。销售体制可以有不同的形式和不同的结果。努力保证得到充分的纺织纤维产品的信息，以防止可能产生的欺骗行为，使买主具有更充分的市场信息，这些都需要在贸易法规中作出高度明确的规定。因此，每个案例都有其本身的特点或内容。

我要感谢佛罗里达大学的桑福德·V·伯格，得克萨斯大学达拉斯分校的F·杰伊·卡明斯，加利福尼亚大学圣巴巴拉分校的M·布鲁斯·约翰，美国大学的史蒂文·R·霍尔曼伯格，得克萨斯大学奥斯汀分校的J·W·麦肯凯，华盛顿州立大学的D·斯坦顿·史密斯，伊利诺斯大学的T·S·尤伦，卡里顿学院的斯特芬·H·史特德以及马萨诸塞大学阿默斯特分校的罗伯特·M·科斯特尔，他们每个人都对本书的章节进行了审阅和批评，对于他们的批评和有益的意见，我很乐意地表示接受。美中不足的是，每位仅审阅了手稿的某一个部分。当然，书中存在的一切不足之处，仅由作者本人负责。此外，我还要对勃兰特斯·豪尔出版公司的编辑琼·弗利和责任编辑琼莱·西赖特为本书作出的努力表示感谢。

作者还要对他的妻子阿格尼丝和两位朋友詹尼·卡西曼和多希斯·荷尔顿表示谢意，三位都为手稿的整理和誊写提供了帮助。

马歇尔·C·霍华德

于马萨诸塞州阿默斯特市

第一章

竞争——政策目标

美国经济中的基本商业公共政策是促进和维护竞争，以此作为最理想的资源分配手段。反托拉斯法规定，对竞争的不正当限制、垄断、图谋垄断和不正当的竞争方法，均属违法行为。一系列贸易法规的基本目的在于保护消费者和竞争者不受竞争过程中的某些违法行为的侵害。

竞争过程具有重要的优越性，这种观点已被完全公认。例如，就这种目标的适当形式而言，谢尔曼法已于1890年在国会顺利通过。在此之前，普通法一般无法在衡平法院提出垄断的证明。正如最高法院的布莱克法官在反托拉斯的判决中所指出：

（谢尔曼法）基于的前提是，无限制的竞争力的相互作用将产生最佳的经济资源分配、最低的价格、最高的质量和最大的物质进步。由此所提供的环境将有助于保持我们民主的政治和社会制度^①。

按传统的观念，反托拉斯法与贸易法规一般并不代表政府的干预。更确切地说，即使它们代表了政府的干预，也仅是为了消除商业自由流通中的障碍和向消费者提供传播商品

^① “北方太平洋铁路公司诉美国案”，《美国最高法院判例汇编》第356卷，第1页、第4—5页（1958年）。

信息的便利。最高法院称谢尔曼法典为“自由企业大宪章”（the Magna Carta of free enterprise）^①。只要存在着对竞争的不正当限制或者对消费中、购买中合理判断的严重障碍，那么，实际的政府干预就是必要的。这种社会的控制与其说是对自由企业体制本身进行限制，还不如说是用来扩大企业在市场上的总体自由。作为基本的指南，反托拉斯法与贸易法规为商业的（市场）进入、扩展和存在提供了有效的便利，并为消费者的有效决策提供了充分的帮助。

因此，反托拉斯法与贸易法规的基本目的在于保护市场免遭滥用行为（abuses）之害，这种行为会对竞争过程的运行产生有害的影响。处于竞争中的企业可能通过密谋协议进行联合而限制企业之间的竞争。有些企业会力争或者发现自己在某种特定的市场结构中处于一种战略地位。这种地位使得它们采取垄断者的行为或对市场中的其它竞争者实行限制性的强制压力。向买主提供欺骗性的产品与服务也会导致卖主对竞争体制的滥用。反托拉斯法与贸易法规的目标正是查明和消除一切竞争过程中的弊端，以使竞争体制能够更有效地运行。

第一节 竞争的合理性

一般而言，竞争被认为是一种理想的资源分配方式，它是自由企业经济的核心。在为消费者的服务中，那些经营效益最高的制造商将获得利润，而那些不能有效经营的厂商将

^① “美国诉托普科联合公司案”，《美国最高法院判例汇编》第405卷，第569页（1972年）。

面临亏损与破产。竞争过程所产生的一般效果应有两个方面：一是可能产生商品和服务的最低价格；二是消费者对商品和服务的类型及质量有选择的余地。

经济学家已经确立了表明竞争优势性的严格模式，即完全的竞争模式。实际上，这种模式并不能适应现实世界的多种市场。因此，不能直接根据这种模式来决定反托拉斯或贸易法规的政策，我们不能强求现实的市场必须符合这种模式。然而，这种模式可以是一种渊源，通过它我们可以归纳出某些竞争的原则，稳妥地运用这些原则又会有助于商业公共政策的形成。

同样，纯粹的垄断经济模式也是有用处的。作为完全竞争模式的对立面，它同样有助于一些原则的总结。而这些原则又是服务于那些根据完全竞争模式所产生的原则的。除了极个别的例外，现实世界中一般很少发现有纯粹垄断的存在。即使有，通常也仅是指这样的情况，即竞争者以某种方式联合起来控制市场，并对某些无法替代的有价值的产品实行固定价格。

上述经济模式针对的是市场而不是行业。在概念上，市场与行业之间有一个基本的区别（虽然在个别特殊情况下，这两者可能是一致的）：一个市场是由一群共同的卖主所组成的，而这些卖主在竞争中是同一群共同的买主进行交易，一个行业是由所有生产某种产品的卖主所构成的，所以行业大于市场。当某种产品的运输成本较高时，同样的产品就可能形成几个市场。例如，我们可以说，美国的水泥行业是由美国所有的水泥制造商所组成的，然而，分别存在着各种水泥市场，每个市场都有它的特殊地域范围。

一、完全的竞争