

FEDERAL ANTITRUST POLICY

The Law of Competition and its Practices

(3rd Ed)

联邦反托拉斯政策

竞争法律及其实践

(第3版)

赫伯特·霍温坎普 著
Herbert Hovenkamp

许光耀 江山 王晨 译



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

FEDERAL ANTITRUST POLICY

The Law of Competition and its Practices

(3rd Ed)

联邦反托拉斯政策

竞争法律及其实践

(第3版)

赫伯特·霍温坎普 著
Herbert Hovenkamp

许光耀 江山 王晨 译

F A P



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

联邦反托拉斯政策:竞争法律及其实践(第三版) /
(美)霍温坎普著;许光耀,江山,王晨译. —北京:法律
出版社,2009. 12

书名原文:Federal Antitrust Policy—The Law of
Competition and Its Practice

ISBN 978 - 7 - 5118 - 0154 - 8

I. ①联… II. ①霍…②许…③江…④王… III.
①反托拉斯法—研究—美国 IV. ①D971. 222. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 212944 号

© 法律出版社·中国

责任编辑/易明群

装帧设计/乔智炜

出版/法律出版社

编辑统筹/学术·对外出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京北苑印刷有限责任公司

责任印制/吕亚莉

开本/787×1092 毫米 1/16

印张/61.5 字数/1344 千

版本/2009 年 12 月第 1 版

印次/2009 年 12 月第 1 次印刷

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

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

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 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 0154 - 8

定价:180.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

作者序言

此次的《联邦反托拉斯政策》第三版是在第二版基础上的一次完整修订,其更新涵盖了直至 2004 年秋季的所有判例法,包括最高法院 2004 年的所有判决。

本书试图对美国反托拉斯法做出尽管简洁,但是全面的说明。今天,反托拉斯与经济学是如此全然结合在一起了,以至于如果要对反托拉斯进行认真研究的话,不可能不涉及必要的经济学。本书所用的经济学并不具有很强的技术性。我假设读者们并无经济学基础,因而每一步都必须进行解释。对那些具有一定经济学知识的人,脚注里引注了技术性更强的反托拉斯应用经济学文献。但是,本书旨在让那些并未受到经济学训练,也并不打算学一学本书所呈现的经济学的人也能完全看懂其要义。少量的公式纯粹是说明性的,而且差不多都是在脚注里。几何图表只是用于阐明正文里所解释的内容。

各法学院所设置的反托拉斯课程差异很大,有的课程只关注实体问题,有的则涉及实施问题和程序问题,而有些则在经济学的运用上有所创新。我试图把所有这些都在一定程度上融合起来。我也努力提供一定程度的细节和分析,从而使本书对律师、法官或其他反托拉斯学者有所助益。

我选择“政策”一词作为书名,是因为本书既想阐明现有的法律,也想阐明那些主张采用其他方法的政策主张。尽管我对法院的判决经常持不同意的态度,但在所有的案件中,我都努力说清楚法律规则是什么,然后再说明我之所以不同意的理由。当然,我有自己的思想观点。但在本书中,我也对其他观点持公允态度,并努力揭示其所依据的基础。

赫伯特·霍温坎普
于衣阿华州,衣阿华市
2005 年 1 月

Westlaw 序言

赫伯特·霍温坎普所著《联邦反托拉斯政策——竞争法律及其实践》一书中,对有关反托拉斯法的基本规则、原则和问题进行了详细的、全面的讨论。除本书所含信息外,如想了解进一步的信息,您可以使用 Westlaw,即 West 出版公司的电脑辅助的法律研究服务系统。Westlaw 上有大量的法律资源,包括判例法,成文法,行政决定,规则,专家评论,当下的发展以及各种各样的其他信息。

学会有效地使用这些资料,将能增进你从事法学研究的能力。为了帮助您更好地将本书所含信息与您从 Westlaw 上查找的信息结合起来,本书附录中列举了 Westlaw 的数据库,查找方法,并提供范例来说明问题。

本序言中介绍的各种特点和用法,是以通过 westlaw.com (网址 www.westlaw.com) 来使用 Westlaw 为基础的。

中文版作者序

承蒙许光耀教授承担对拙著《联邦反托拉斯法：竞争法律及其实践》一书的翻译，我感到无比感激与荣幸。尽管本书主要是关注美国的反托拉斯法，但其所显示的问题却具有国际性，但愿书中所提出的解决方法也能如此。当今的竞争政策非常需要全球的努力，而各国法律的协调几乎与实体规则的正确性同样重要。由于中国正在着手对其自己的反垄断传统进行发展，我希望我所写过的书——其所反映的是美国的更为成熟的制度——能对此有所助益。对于美国历史上所犯过的一些错误，中国或许能够避免。

美国反托拉斯实施机制有一个特点可能值得中国读者注意。在美国，约有 90% 的反托拉斯指控是私人原告为了获得三倍赔偿而提起的。这些案件是在一般法院提起的，审理案件的法官一般并不是反托拉斯法专家，而事实的认定一般也是由非专业人士组成的陪审团来做出。本书中关于反托拉斯实施适用的许多考虑是基于这种基本制度而写的。对于更具专业性的事实认定制度和程序制度来说，这些考虑可能就不是那么具有针对性了。究竟是不是这样，以及在多大程度上是这样，敬请读者评判。

自本书的英文版于 2005 年面世以来，反托拉斯领域发生了几项新的进展。其中最重要的变化，可能是行政实施方面的变化，其造成的结果如何还需要拭目以待。2009 年贝拉克·奥巴马就任美国总统后，一个几乎紧接着发生的后果是美国司法部（包括其反托拉斯局）的理念发生变化。因此我们可以预期，反托拉斯的很多领域会变得更具进取性，尤其是合并法领域，以及关于垄断化（支配地位滥用）的法律。这些进展尚有待进一步展开，但在我看来，以后无疑会发生巨大的变化。当然，在我们的制度中，对反托拉斯判决进行最终审查的权限属于受到终身任命的联邦法官们。因此，法院的变化会来得迟一些，但在行政执法机构的实施层面上，无疑很快就可能发生变化。

2005 年以来反托拉斯法上发生的进展中，大多数最好称为是技术性的，而不是全面的变化。乔治·W. 布什任期内（2001 ~ 2009）的合并政策对合并十分宽容，即使是对高度集中的市场上的合并也是如此。人们可以预见，以后将会采用更加干预主义的政策。在布什任期内，没有提起过任何垄断化案件（即支配地位滥用行为案件），但奥巴马政府则承诺会这么做。布什政府期间对国内的和国际的卡特尔的规制比较积极，奥巴马政府当然至少会同样积极。

最高法院的判例法自 2005 年以来最显著的发展可能是，2007 年，最高法院推翻了对转售价格维持（即所谓纵向固定价格）适用了近一个世纪之久的本身违法规则。今后除非国会进行干预，否则转售价格维持即适用合理规则。^{〔1〕} 在我写作这篇序言之际，国会似乎仍

〔1〕 Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc., 551 U. S. 87 (2007), overruling Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons Co., 220 U. S. 373 (1911).

有恢复本身违法规则的可能,尽管显然并不确定。在 Weyerhaeuser^[2] 与 LinkLine 案^[3] 的判决中,最高法院对排挤性价格行为严格遵循以成本为基础的规则。在其 Illinois Tool Works 案判决中,最高法院推翻了一项适用了半个世纪的推定,即对被指控从事非法搭售行为的企业,如果其结卖品(tying product)受专利保护,则推定它具有市场力量。^[4] 最后,在其 Texaco 案判决中,最高法院形成一个对完全一体化的生产性企业联营十分宽容的规则,哪怕联营成员们固定了该联营的产品价格。^[5]

在写作这一序言时,有一个重要的实体判决已被最高法院受理,将于明年进行审理。在 American Needle 案中它将判决另外一个企业联营案件,该案的意义可能比刚说过的 Texaco 案更为深远。^[6] 下级法院认为,由所有权各自独立的企业之间组成的紧密一体化的企业联营(在该案中是体育联盟)应视为反托拉斯法上的单一实体。因此,对这种联营可以适用关于排挤性行为的法律(《谢尔曼法》第 2 条),但不应适用关于通谋的法律(《谢尔曼法》第 1 条)。这一判决可能会产生长远的影响,尽管现在这种影响尚未发生。

赫伯特·霍温坎普
于依阿华州衣阿华市
2009 年 7 月

[2] Weyerhaeuser Co. v. Ross-Simmons Hardwood Lumber Co., Inc., 549 U. S. 312 (2007) (就对掠夺性购买适用基于成本的规则进行评价;要求被告支付的价格是如此之高,致使其必须发生亏损才能进行转售)。

[3] Pacific Bell Telephone Co. v. Linkline Communications, Inc., 129 S. Ct. 1109 (2007) (对价格“压榨”严格采用基于成本的标准;该案中,一家纵向一体化的企业对一家竞争对手索取很高的批发价格,但其自己销售这种产品时则采用很低的转售价格。)

[4] Illinois Tool Works Inc. v. Independent Ink, Inc., 547 U. S. 28 (2006).

[5] Texaco Inc. v. Dagher, 547 U. S. 1 (2006).

[6] American Needle, Inc. v. National Football League (NFL), 538 F. 3d 736 (7th Cir. 2008), cert. granted, __ S. Ct. __, 2009 WL 1835175 (June 29, 2009).

目录

作者序言

Westlaw 序言

第一编 基础:政策和衡量方法	1
第一章 反托拉斯基础经济学	3
§ 1.1 价格理论:经济行为和完全竞争	3
1.1a. 完全竞争的市场	3
1.1b. 竞争性企业的行为	8
§ 1.2 垄断(monopoly)	13
1.2a. 受保护的垄断者的价格和产出	13
1.2b. 买方垄断;产出效果;政策意义	15
1.2c. 现实市场上的事实垄断	18
§ 1.3 反托拉斯政策,以及垄断的社会成本	19
1.3a. 垄断(monopoly)是一种状态;垄断化(monopolization)是一种过程	19
1.3b. 垄断所引起的无谓损失	21
1.3c. 垄断的社会成本:寻租	23
1.3d. 垄断的社会成本:竞争者所损失掉的投资	26
§ 1.4 产业组织理论和规模经济	29
1.4a. 规模经济的一般情况	29
1.4b. 持续的规模经济,自然垄断,特许投标和可竞争理论	34
§ 1.5 欠完全的竞争(less-than-perfect competition)	39
1.5a. 产品差异	40
1.5b. 价格歧视	40
1.5c. 寡头垄断	40
1.5d. 交易成本	41
1.5e. 欠完全竞争和“次最优”(second best)	41
§ 1.6 进入壁垒	43
§ 1.7 结构—行为—绩效范式的坎坷经历	46
第二章 反托拉斯政策的历史和理念	51
§ 2.1 美国反托拉斯政策的发展	51

2 联邦反托拉斯政策——竞争法律及其实践

2.1a. 《谢尔曼法》的目标:效率,以及利益集团的解释	51
2.1b. 普通法和联邦反托拉斯法	55
2.1c. 联邦反托拉斯政策简史	59
§ 2.2 经济学在反托拉斯中的作用	64
2.2a. 1960 年以前的反托拉斯和经济学	64
2.2b. 芝加哥学派及其后患	66
2.2c. 怀疑主义:竞争者诉讼 v. 消费者诉讼;私人诉讼 v. 公诉	68
2.2d. 政治学和民主政策	73
2.2e. 芝加哥学派之后的反托拉斯政策	74
§ 2.3 关于反托拉斯对经济学的需要	76
2.3a. 反托拉斯经济学的范围	76
2.3b. 反托拉斯经济学的实质	79
2.3c. 反托拉斯经济学中的“效率”和“消费者福利”的含义	80
第三章 市场力量和市场界定	83
§ 3.1 引言	83
3.1a. 市场力量的技术界定	84
3.1b. 采用市场份额作为市场力量的替代物	86
3.1c. 市场份额不只是作为代用品:市场份额的独立意义	87
3.1d. 反托拉斯的相关市场	87
§ 3.2 相关市场的判断	88
3.2a. 假定的价格上涨的幅度	90
3.2b. “利润最大化”的涨价	91
3.2c. 更宽或更窄的市场:亚市场一般不需要考虑	92
§ 3.3 产品市场:一般考察	96
3.3a. 市场和品牌:“锁定”	98
3.3a1. 单个品牌通常并不构成相关市场:Kodak(柯达)案	98
3.3a2. 下级法院对 Kodak 案(的判决)进行限制的判决	103
3.3a3. 合同“锁定”,特许品牌作为市场	104
3.3b. 替代 v. 补充:组产品市场	106
3.3b1. 由替代品组成的相关市场	106
3.3b2. 判定“组产品”市场的狭义理由	107
§ 3.4 “需求交叉弹性”:“玻璃纸”谬误及其影响	109
3.4a. 交叉价格弹性及其含义	109
3.4b. du Pont(玻璃纸)案中的需求交叉弹性	110
3.4c. 对“玻璃纸”谬误的纠正	112
§ 3.5 供应弹性:外国进口	114

3.5a. 外国进口和 Alcoa 案	114
3.5b. 关于供应问题(或本应针对而没有针对供应问题)的其他判决	117
3.5c. 对供应替代性,是应纳入相关市场,还是将其视为进入壁垒低	119
§ 3.6 地域市场	120
3.6a. 运输的货物:最小地域市场	121
3.6b. 不流动的货物和服务	122
3.6c. 价格活动和运输类型	124
3.6c1. 一般价格活动:不对称(现象)	124
3.6c2. 埃尔津加—贺加梯标准	126
3.6d. 贸易区:不得竞争契约	127
3.6e. 价格歧视	128
§ 3.7 市场份额的计算和解释	129
3.7a. 收入 v. 单位	130
3.7b. 产出 v. 产能	131
3.7c. 产品耐用性和力量	133
3.7d. 对市场份额数据进行解释:事实和法律问题	134
§ 3.8 司法部合并指南中的市场界定	137
3.8a. 指南中阐明的产品市场界定方法	137
3.8b. 指南对地域市场的界定	139
3.8c. 价格歧视的意义	140
3.8d. 市场份额的计算	141
3.8e. 合并指南中的“玻璃纸”谬误	141
3.8f. 结论:指南是政策声明	143
§ 3.9 确定市场力量的其他方法	143
3.9a. 直接衡量残余需求	143
3.9b. 持久的价格歧视	146
3.9b1. 价格歧视和知识产权	148
3.9b2. 价格歧视和市场界定	148
3.9c. 持久的垄断利润	148
3.9c1. 垄断利润 v. 会计利润	149
3.9c2. 不存在很高的会计利润	150
3.9c3. “租金”问题	150
3.9d. 市场力量和知识产权	152
第二编 反托拉斯实体法	155
第四章 关于通谋和寡头垄断的反托拉斯政策	157

§ 4.1 导言:关于价格固定的基础经济学	157
4.1a. 卡特尔欺骗行为的普遍性(或几乎是普遍的)	159
4.1a1. 卡特尔的利润最大化与单个企业的利润最大化的背离	160
4.1a2. 对卡特尔进行欺骗的策略	161
4.1a3. 对欺骗行为的发现和惩罚	163
4.1b. 竞争性的外围企业	166
4.1c. 卡特尔的内部效率	167
4.1d. 买方卡特尔	169
§ 4.2 寡头垄断,合作性的和非合作性的	170
4.2a. 非合作性的古诺寡头垄断	171
4.2b. 合作性的寡头垄断策略 v. 非合作性的寡头垄断策略	173
§ 4.3 通谋的社会成本	177
§ 4.4 关于寡头垄断和默示通谋的反托拉斯政策	178
4.4a. 对寡头垄断的抨击;特纳一波斯纳之争	179
4.4b. 对默示通谋和便利因素的识别;政策选择	181
§ 4.5 根据间接或环境证据来证明价格或产出“协议”	185
§ 4.6 证据无法有力地证明存在协议时,如何对寡头垄断行为进行管辖	190
4.6a. 引言;不完全的协议	190
4.6b. 对通过协议而设立的便利因素的指控	193
4.6c. “单方的”便利因素;基点定价方案	194
4.6d. 其他便利因素;《联邦贸易委员会法》第5条	199
4.6e. 结论:共谋案件中的即决判决	203
§ 4.7 企业内部的共谋	203
第五章 竞争者组成的企业联营(joint venture)、一致拒绝、专利许可和合理规则	208
§ 5.1 导论:竞争者之间赤裸裸的协议和附属性协议	208
5.1a. 区分赤裸裸的协议与附属性协议;法律问题	209
5.1b. 为何多边活动应当受到更严格的反托拉斯审查	211
5.1c. 部分谴责;限制性更小的其他方法	213
§ 5.2 作为市场推进器的企业联营	214
5.2a. 企业联营:概述	215
5.2a1. 可能产生的损害与收益	215
5.2a2. 排他性问题的两面	218
5.2b. 便利研发、广告和促销的企业联营;附属性的市场划分	220
5.2b1. 企业联营与“搭便车”问题	220
5.2b2. 《国家合作研究法》	221
5.2b3. 与广告相关的附属性的和赤裸裸的限制	221

5.2b4. 附属性市场划分和不竞争协议	223
5.2c. 以交易效率来作为企业联营定价的理由	228
5.2d. 对企业联营的分析与对合并的分析之间的关系	230
§ 5.3 竞争者之间交换价格信息或产出信息;公布价格的协议	232
5.3a. 全行业范围的价格和产出信息传播	233
5.3b. 竞争者之间直接交换价格信息	235
5.3c. 公布价格的协议,或公布价格并予以遵守的协议	237
§ 5.4 一致拒绝交易	237
5.4a. 危害与好处:正确的反托拉斯标准	237
5.4a1. 合理规则及其若干例外	238
5.4a2. 对于专业性职业是否应予特别对待?	243
5.4b. 有效率的企业联营与拒绝交易	245
5.4b1. 封闭型企业联营和其他传统的企业联营	245
5.4b2. 开放型企业联营:网络正外部性	246
5.4c. 私人企业协会和专业协会中的标准制定和规则的执行	252
5.4d. 并非竞争者的企业间订立的协议	258
5.4e. 表达性的、非商业联合抵制	260
§ 5.5 关于专利及其他知识产权的许可和使用的协议	261
5.5a. 导言:基本问题	261
5.5b. 专利滥用原则的范围	262
5.5c. 专利许可	266
5.5c1. 固定价格;产出限制;许可费;排他性	266
5.5c2. 横向地域划分和其他市场划分协议	269
5.5c3. 一揽子许可	271
5.5c4. 专利池	272
5.5c5. 回授	273
5.5d. 就专利权以外的其他知识产权订立的协议	274
§ 5.6 定性与评价:本身违法规则和合理规则	275
5.6a. 最高法院和本身违法规则	275
5.6b. 合理规则与本身违法规则之间的区别被夸大了	278
5.6c. 确认反竞争行为:一个尝试性的路线图	283
5.6d. 缩短的合理规则(The Truncated Rule of Reason)	289
5.6e. 举证责任	292
第六章 排挤性的行为和支配企业:关于垄断化和企图垄断的基本理论	294
§ 6.1 非法的垄断化	294
§ 6.2 垄断力和非法垄断化	296

6.2a. 垄断化的市场力量要件	297
6.2b. 市场力量与市场份额的关系	299
§ 6.3 行为要件——是不是必须有“坏行为”?	300
§ 6.4 垄断化行为的识别	302
6.4a. 排挤性行为	302
6.4b. 区分私人诉讼和政府诉讼	305
6.4c. 意图(intent)	306
§ 6.5 “企图垄断”违法行为	307
6.5a. 关于“企图垄断”的法律中的“特定意图”要件	309
6.5b. “成功的危险的可能性”	312
6.5b1. “危险的可能性”要件作为一个甄别手段	313
6.5b2. “危险的可能性”和市场力量	314
§ 6.6 共谋垄断	316
第七章 垄断案件与企图垄断案件中的排挤性行为	318
§ 7.1 导言	318
§ 7.2 合并与垄断	318
§ 7.3 扩大产出;策略性的产能结构	320
§ 7.4 价格歧视;出租行为	321
§ 7.5 单方拒绝交易(一):一般原则	322
7.5a. 针对竞争者的拒绝	322
7.5b. 交易义务的范围	327
§ 7.6 单方拒绝交易(二):纵向一体化、价格压榨、搭售和排他性交易	328
7.6a. Kodak 案及其后果	328
7.6a1. 要构成“锁定”,须是先购买了产品,而后政策才发生改变	330
7.6a2. “普通”(average)客户须是未充分知情的;或须是有可能进行价格歧视	331
7.6a3. 总结:对市场的不完善加以利用并不属于第2条的管辖范围	331
7.6b. 价格“压榨”或供应“压榨”;纵向一体化	332
7.6c. 搭售和排他性交易——不必满足技术要件	334
7.6d. 私人反托拉斯原告对被告的纵向拒绝交易提起诉讼	336
7.6e. 合理的商业目的	337
7.6f. 非垄断者的单方拒绝	338
§ 7.7 拒绝交易(三):关键设施原则	338
7.7a. 什么才是“关键设施”	340
7.7b. 交易义务的范围	340
7.7c. 拒绝交易的合理性	341

7.7d. 关键设施原则与反托拉斯的一般目标不一致	342
7.7d1. 强制分享需要进行价格管理	342
7.7d2. 强制分享会削弱开发其他供应来源的动力	343
§ 7.8 “掠夺性的”产品设计和开发;不予披露;变更互补性产品	343
7.8a. 掠夺性的产品或方法革新	344
7.8b. 对新技术不予披露	346
7.8c. 微软:不必要的损害性重新设计和不必要的许可条件	347
7.8d. 策略性的进入阻碍;掠夺性广告,过度的产品差异	349
§ 7.9 令人困扰的“杠杆理论”;在第二个市场上的非垄断性优势	350
§ 7.10 提高竞争对手的成本(RRC)	353
7.10a. RRC 的种类和司法进展	354
7.10b. 对市场和消费者进行先占,来提高对手的成本	355
§ 7.11 滥用专利或其他知识产权	358
7.11a. Walker Process 案:以欺骗手段“获得”专利	359
7.11b. 明知专利无效或不可执行而执行之;Noerr Issues	360
7.11c. 积聚;不使用	364
7.11d. 单纯的拒绝许可和有条件的拒绝许可	365
7.11d1. 绝对的拒绝许可	365
7.11d2. 有条件的拒绝许可	367
§ 7.12 滥用政府程序	367
§ 7.13 构成反托拉斯违法行为的商业侵权	368
§ 7.14 企图垄断案件中的行为要件	369
第八章 掠夺性定价以及其他排挤性行为	372
§ 8.1 导言	372
§ 8.2 价格什么时候才是掠夺性的? 阿里达—特纳标准	373
§ 8.3 掠夺性定价:阿里达—特纳标准的运用及对它的批评	375
8.3a. 平均可变成本(AVC)作为代用品	375
8.3b. 长期策略性行为的问题;高于成本的“掠夺性”定价;多重收益的掠夺	376
8.3b1. 限制性定价和策略性的进入阻碍	377
8.3b2. 多重收益的掠夺性定价	380
8.3c. 以平均可避免成本来衡量的 AVC;机会成本	381
§ 8.4 结构问题:什么时候有可能发生掠夺性定价?	383
8.4a. 掠夺者的市场地位	384
8.4b. 进入壁垒	387
8.4c. 过剩产能	387
8.4d. 对生产性资产的处置	389

8.4e. 是否应当把竞争者的掠夺性定价诉讼取消?	390
§ 8.5 司法上对阿里达—特纳标准的调整:价格/成本关系和意图	391
8.5a. 价格/成本关系	391
8.5b. 意图	393
§ 8.6 司法上对阿里达—特纳的修正:确定相关成本;多产品的企业;针对特定客户的定价	394
§ 8.7 司法上对阿里达—特纳标准的调整:结构问题	397
§ 8.8 掠夺性定价与《罗宾逊—帕特曼法》	399
§ 8.9 其他排挤性定价问题	406
8.9a. 一揽子定价	406
8.9b. 数量折扣和市场份额折扣(捆绑的和未捆绑的)	407
8.9c. 上架补贴以及向零售商支付的其他价格刺激	408
8.9d. 掠夺性购买:作为排挤性手段的价格保护条款	409
第九章 纵向一体化和纵向合并	411
§ 9.1 引言	411
§ 9.2 纵向一体化的经济学	412
9.2a. 科斯著作的含义	412
9.2b. 技术成本的节约和交易成本的节约	413
9.2c. 有效率的纵向一体化与垄断者;消除双重边际化	416
§ 9.3 纵向一体化可能产生的反竞争效果	418
9.3a. 对投入物的策略性控制	419
9.3b. 价格歧视	420
9.3c. 排斥和进入壁垒	421
9.3d. 受价格管制的企业实施的纵向一体化	422
9.3e. 纵向一体化和卡特尔	423
§ 9.4 纵向合并和反托拉斯法	423
§ 9.5 纵向合并与反托拉斯局的合并指南	430
9.5a. 增加进入壁垒	431
9.5b. 便利通谋的纵向合并	432
9.5c. 逃避价格管制	432
第十章 搭售,互惠,排他性交易和特许经营	433
§ 10.1 引言:搭售的司法标准	433
§ 10.2 搭售安排和消费者福利	435
§ 10.3 市场力量和本身违法的搭售;《谢尔曼法》的标准与《克莱顿法》的标准	436
10.3a. 搭售行为的市场力量要件之原理及其发展	436

10.3b. 竞争不完全的市场上的搭售安排;锁定客户	439
10.3c. 知识产权与市场力量的推定	442
10.3d. “独特性”和“无处不在”是不是市场力量	443
10.3e. 《谢尔曼法》标准与《克莱顿法》标准是不是相互独立的? 《联邦贸易委员会法》	445
10.3f. 对搭售适用本身违法规则的理由	446
§ 10.4 什么时候可以说不同产品是“搭”在一起的?	447
10.4a. 通过合同、条件或共识进行强制	448
10.4b. 证明存在一个相关的搭售“协议”;未经交流的条件	450
10.4c. 一揽子折扣	451
10.4d. 通过“一揽子设计”来进行强制;技术性搭售	452
§ 10.5 结卖品和搭卖品必须是相互独立的产品	453
10.5a. 导言;基本的竞争性市场标准	453
10.5b. “新”产品	455
10.5c. 可完全或部分替代的产品能否构成独立产品	456
10.5d. 知识产权和劳动能否构成独立产品	457
10.5e. 效率——“联合提供所产生的节约”	458
§ 10.6 竞争效果	459
10.6a. 杠杆理论:通过搭售来把一个垄断变成两个垄断;附加	460
10.6b. 进入壁垒;排斥,以及通谋	463
10.6b1. 进入壁垒和搭售安排	463
10.6b2. 排斥;市场份额	464
10.6b3. 搭售和通谋	464
10.6c. 逃避价格管制	465
10.6d. 掠夺性定价和其他“企图垄断”行为	467
10.6e. 搭售作为价格歧视和计量的手段;特许协议	468
§ 10.7 搭售和效率:走向一般的合理规则	471
10.7a. 效率以及搭售法上的本身违法规则的特点	471
10.7b. 销售经济;全套产品强迫和不想要的搭卖品;对消费者未造成损害	472
10.7c. 结论:搭售法走向合理规则	473
§ 10.8 互惠	474
§ 10.9 排他性交易	477
10.9a. 反竞争的排斥及其各种变种	477
10.9a1. 关于排他性交易的排斥理论	477
10.9a2. 提高对手的成本	478
10.9a3. 衡量纵向排斥的市场之界定	479
10.9b. 排他性交易作为便利卡特尔的手段	479

10.9c. 排他性交易与搭售的区别	480
10.9d. 排他性交易的效率解释和抗辩	481
10.9e. 排他性交易合同的法律标准	483
第十一章 对销售施加的品牌内部限制	489
§ 11.1 导言	489
§ 11.2 最低转售价格维持和纵向地域限制的竞争危害	490
11.2a. 前言	490
11.2b. 使用纵向限制来便利通谋;某个经销商十分强大	491
11.2b1. 经销商的力量;政策意义	494
11.2b2. 生产商通谋和纵向限制	495
11.2c. 排斥效果	496
11.2d. 价格歧视	497
11.2e. 其他理论	498
§ 11.3 纵向限制和效率	498
11.3a. “搭便车”问题	498
11.3a1. 用纵向限制来防止“搭便车”的经济学	499
11.3a2. 用纵向限制来防止“搭便车”的范围和效率	501
11.3b. “搭便车”问题的各种变体以及其他解释	502
11.3b1. 购买“优先”的销售服务;货架空间;质量证明	502
11.3b2. 增进转售密度	503
11.3b3. 便利供应商进入	503
11.3b4. 保护经销商的利润空间;执行销售合同	503
11.3c. 纵向限制与对效率的再思考	505
§ 11.4 纵向限制案件中的协议要件	507
11.4a. 协议——横向协议与纵向协议,价格协议与非价格协议	507
11.4b. Colgate 原则	508
11.4c. Colgate 原则的复苏;终止与经销商的关系	509
11.4d. 关于纵向限制的协议要件和反托拉斯政策;由强大的经销商所发动的限制	514
§ 11.5 转售价格维持在法院;本身违法规则及其例外	515
11.5a. 普通法和 Dr. Miles 案中的规则	515
11.5b. “转售”的含义——委托除外	516
11.5c. 最高转售价格维持	520
11.5d. 价格协议与非价格协议的区别	523
11.5e. 对 RPM 适用的本身违法规则,概括	527
§ 11.6 纵向非价格限制和合理规则	527