

第八讲 反垄断法律制度

第三讲 垄断协议及其法律规制

线 索

一、垄断协议的定义和表现形式

(一) 定义

(二) 表现形式

二、垄断协议的法律规制

(一) 垄断协议的认定

(一) 垄断协议的法律责任

第三讲 垄断协议及其法律规制

亚当·斯密说，

“进行同一种贸易活动的人们甚至为了娱乐或消遣也很少聚集在一起，但他们聚会的结果，往往不是阴谋对付公众便筹划抬高价格。” [1]

这句话从某个侧面描述了企业通过相互达成限制竞争的协议来谋取高价的倾向性。

[1] [英]亚当·斯密：《国民财富的性质和原因的研究》（上卷），郭大力，王亚南译，北京：商务印书馆，
2024/11/18 1981年版，第122页。

第三讲 垄断协议及其法律规制

一、垄断协议的定义和表现形式

(一) 定义：两个以上的企业为限制或排除市场竞争而达成的合意，包括①**正式的协议**、②**不签订正式协议的联合行动**和③**决定**。

其构成要件如下：

- (1) 有两个以上的行为**主体**。通常，**垄断协议**主体为同一层级的相关市场中有竞争关系的企业，但也可能是不同层级相关市场中的经营者。
- (2) 主体间具有共同限制竞争的**目的**。主体间具有限制竞争的**目的**是认定限制竞争行为的主观要件。
- (3) 客观方面，实施了限制竞争的**行为**。只有企业间通过联合行动，采取了限制竞争的实际行动，才受法律制裁。（或限制竞争的方式是合同、协议或者其他方式）
- (4) 产生了限制竞争的**影响**。（或**垄断协议**具有**限制竞争性**）只要能证明限制竞争协议对市场的影响在一定程度上有发生的可能性及这种影响的严重性，便可推断该影响的存在。

第三讲 垄断协议及其法律规制

第十三条 禁止具有**竞争关系**的经营者达成下列垄断协议：

【解说】注意为“有竞争关系”的经营者之间达成协议，但不是直接的竞争关系而是产品或服务的上下游等关系的协议、决定或者其他协同行为，产生排除竞争或限制竞争的也应当是垄断行为。

本法所称**垄断协议**，是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。

【解说】垄断协议的概念，即一致的垄断效果的意思。

第三讲 垄断协议及其法律规制

1、垄断协议与滥用市场支配地位的关系

（1）联系：

A垄断协议既可以是占市场支配地位的企业所为，也可以是企业所为。

B许多限制竞争的手段，如价格维持、限制转售价格等，一旦成为占有市场支配地位的企业攫取垄断利润的手段，也可以认定为滥用市场支配地位。

（2）**区别**：滥用市场支配地位是占有市场支配地位的企业凭借其自身优势单独就可以实施的限制性行为，而**垄断协议**协议是两个或两个以上的企业共同实施的。

第三讲 垄断协议及其法律规制

2、垄断协议与不正当竞争的关系

- (1) **联系**：都是对平等竞争、公平竞争原则的违背；广义的不正当竞争行为也包括垄断协议在内。
- (2) **区别**：垄断协议剥夺了某些市场主体参与竞争的机会，极大地限制了其他企业享有的市场经营自主权；
- 不正当竞争并未剥夺他人参与竞争的机会，只不过其实实施者采取了与正当商业做法格格不入的违法行为来与他人竞争。

第三讲 垄断协议及其法律规制

3、垄断协议对市场竞争的**消极影响**：

- (1) 直接**损害**了未参与协议的企业利益。
- (2) 对消费者的利益**造成**损害。
- (3) **妨碍**竞争机制功能的发挥：

A、 由于垄断协议的存在，使商品价格在“协议”力量的强制下难以准确反映**市场供求关系**，**误导生产和消费**。由此产生的**错误信息**还将降低通过市场竞争实现优胜劣汰的效率，造成**社会资源的浪费**。

B、 价格机制具有调节社会生产和优化配置资源的功能，要使价格机制能够发挥这种功能，首先就要求市场上存在着**有效竞争**。价格机制发生作用的过程就是**市场竞争的过程**，**价格机制就是竞争机制**。只有当市场上存在着竞争，企业能够灵活地适应不断变化着的**市场情况**，即根据需求者的愿望配置资金和生产资料，**社会生产资源才能实现优化配置**。

第三讲 垄断协议及其法律规制

4、相关法律规定

- (1) **美国**《谢尔曼法》第1条：任何以托拉斯或其他方式限制州际贸易或对外贸易的合同、联合或共谋为非法。

- (2) 《**欧盟**条约》第81条：凡足以影响成员国之间的贸易和以阻止、限制或破坏共同市场内部竞争为目的或产生相同结果的一切企业间的协定、企业联合组织的决定和一切协同措施，均应予以禁止。

第三讲 垄断协议及其法律规制

- (3) **The 1998 U. K. Competition Act** provides:
- A. directly or indirectly fix **purchasing or selling prices** or any other trading conditions;
- B. limit or control production, markets, technical development or investment; share markets or sources of supply;
- C. **apply** dissimilar conditions **to** equivalent transactions with one trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage;
- D. make the conclusion of contracts **subject to** acceptance by the other parties of the supplementary obligations which, by their nature or according to commercial usage, have no connection with subject of such contracts

日本冲绳县物业关管理协会限制竞争案

【案情摘要】

在1993年5月14日的劝告判决中，日本公平交易委员会仅仅根据社团法人冲绳县大楼物业管理协会（简称协会）理事会分别于1982年7月23日，1987年2月18日和1989年10月6日所做出的三个决议，就作出认定说“协会作为反垄断法第2条第2项所规定的经营者团体，把通过官公厅（指国家机关、地方公共团体及其由它们所设立的社会组织）等以指名招标的方式来确定中标者的冲绳地区环境卫生管理业务，私自确定给会员，即将某一会员作为预设的投标者，并采取行动使预定投标者受标成功。构成了对官公厅等以招标的方式确定的冲绳地区环境卫生管理业务领域中的实质上的竞争限制，违反了反垄断法第8条第1款的规定”。

协会理事会1982年7月23日决议的内容是：

（1）与会员已经有了契约的物业，到下次进行指名竞争招标的时候，该会员为预定的受标者。

（2）新招标的物业，由被指名的会员通过相互间的谈判决定预定的受标者。

（3）预定的受标者以外的被指名的物业，由预定的受标者告知它们的投标价格，为使预定受标者投标成功，要以高于预定受

1987年2月18日决议的内容是：

(1) 如为误记投标价格，采取支付给预定投标者相当于该项业务的利润等对策。

(2) 如为故意违反决定，其他会员将不做该项业务的完成保证人，而且该物业下次指名竞争招标的时候，受标的会员不作为与其已有契约的会员处理。

1989年10月6日的决议，是针对一项具体的招投标活动，即冲绳县政府办公楼卫生管理业务招投标活动，而作出的，其内容是：

(1) 将冲绳县大楼物业管理协同组合（一个由从事冲绳县的环境卫生管理业务的事业者所组成协同组合，其成员几乎全部为协会的成员，其代表和理事则几乎全部由协会的代表和理事来兼任，简称协同组合）作为预定的受标者。

(2) 会员对于冲绳县不单独进行受标活动。

^{2024/11/8}
(3) 协同组合为使受标成功，向冲绳县请愿。

本案是一个有关团体决议的典型案列。

所谓团体决议又称行业协会的决议行为，它是由同行业的企业组成的联合组织或者企业协会共同做出的旨在限制竞争的决议、决定或者反映成员企业共同意志的其他形式的行动规则。[1][2]由于通过团体决议往往容易导致卡特尔的出现，因此，世界上大部分国家的反垄断法都对团体决议行为持一种十分警惕的态度。罗马条约第85条明确地将行业协会的决议行为包括在内，但是在早期的反垄断执法中，欧洲法院并未对行业的信息交换协议行为作出明确的裁决，但自上个世纪60年代以来，欧共体委员会逐步开始认识到，团体交换价格信息的行为也可能违反罗马条约第85条的规定。美国的反垄断法虽然没有像罗马条约那样明确对团体决议行为作出规定，但根据谢尔曼法的基本精神就可以看出，“不合理的贸易限制不会仅仅因为由或者通过贸易协会的实施而逃脱谢尔曼法的责任。[2][3]”日本反垄断法对团体决议行为持比较更为严厉的态度，当事业者团体是由同行业的大部分人组成的时候，如果团体决议让会员减产，或者决定提高产品价格，并通知会员执行，就会产生实质上与不正当的限制交易（事业者的卡特尔）完全相同的后果。因此，事业者团体的这种行为被列为第一违禁行为。日本最高法院在1984年石油卡特尔固定价格案中指出：后者是前者的补充条款，其宗旨在于禁止商会通过如下途径对贸易实施不合理的限制：如强迫公司会员开展所商定的活动，通过公司会员的联合介入限制贸易的活动，运用商会的控制权限制公司会员的商业活动等。从上述国家或者地区的反垄断法对团体决议的规定来看，团体决议行为往往造成垄断局面的出现。导致这一现象的产生是有着深刻的根源的。反垄断法中所指的团体往往是社会经济团体，它

第三讲 垄断协议及其法律规制

(二) 表现形式(多种): 两种情形

A\第十三条 禁止具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议(6种) (经营者与经营者之间)

.....[横向垄断协议]

B\第十四条 禁止经营者与交易相对人达成下列垄断协议(3种) (经营者与交易人)

.....[纵向垄断协议]

第三讲 垄断协议及其法律规制

AI 《反法》第十三条 禁止**具有竞争关系**的经营者达成下列垄断协议：

1. **(一) 固定或者变更商品价格； [限价垄断]**
(横向固定价格协议，就是价格同盟或价格卡特尔，是指处于同一生产或流通环节的经营者通过明示或默示的协议，将其产品价格固定在或变更到统一的水平上。)

第三讲 垄断协议及其法律规制

限制价格协议：又称价格固定，是**具有竞争关系的企业（经营者）**联手统一确定、维持或变更商品的价格的行为。企业不是单独地自行决定商品的价格，而是与其他竞争者联合制定或共同维持、变更商品的销售或购买价格。

(1) **消极影响**：在一个相关市场中，如果没有可以替代的产品，消费者面对的只有一律的价格或一律的交易条件，没有选择的余地，而实行价格固定的经营者很容易获取**垄断利润**。

(2) 适用**“本身违法”原则**：

第三讲 垄断协议及其法律规制

- A.内容：**如果一种**协议**不管其产生的具体情况，也不管其效果如何，即对市场竞争的影响如何，**均得被视为违法。**
- B.适用效果：**①对企业的市场竞争行为进行**经济分析**，对法院或行政机关往往是一件难以胜任的工作；②不必过多调查卡特尔的目的和后果，就可以认定其违法，从而可以节约诉讼的时间和费用，提高行政或诉讼效率；③可以给案件带来明确和稳定的后果，一方面对限制竞争协议的法律后果有预见性，另一方面对诉讼结果也有预见性。
- C.主要适用于与市场有关的行为**，特别是适用于**价格卡特尔、限定生产数量的卡特尔和划分销售市场的卡特尔。**

第三讲 垄断协议及其法律规制

(3) 我国《反不正当竞争法》规定的**串通投标**：投标者不得串通投标，抬高标价或压低标价。投标者不得与招标者勾结，以排挤竞争对手的公平竞争。并规定，这样的中标无效。

案例：

1969年欧共体(德国)“染料案”

德国、瑞士、英国等几家大染料生产商在巴塞尔聚会，交换生产经验和市场信息。某公司向与会者通告说，从该年10月16日

起，该公司的产品价格提高8%。其他公司也同时表达了自己对生产成本和收益状态的忧虑，提出也在考虑涨价的问题。以后几周

内，这些公司先后向社会发布了公告，并从1967年10月16日起，将他们的产品价格一致上涨了8%。这些企业在德国的焦油染料市场

上共同占有80%的市场份额。由于它们是在相同时间以相同幅度涨价，德国联邦卡特尔局认定它们之间存在秘密价格协议，便依据

《反对限制竞争法》征收罚款。被罚企业不服，向德国法院起诉。法院认为无法认定当事人之间存在一致意思，驳回了联邦卡特尔

局的裁决。德国联邦卡特尔局将案件提交欧共体委员会。欧共体委员会认可了联邦卡特尔局的裁决。被告不服，又向欧共体法院申

诉，欧共体法院指出：这些企业分散于欧洲5个国家，各自有着不同的成本和价格构成，如果它们之间不存在合谋，焦油染料不可能

一下子同时在这些国家涨价。欧共体法院认可了欧共体委员会的裁决，并根据欧共体条约第81条第1款对这些企业征收了数额很大的

2024/11/8
罚款。

串通合谋涨价违法 方便面价格联盟溃败

2007年7月下旬以来，我国市场上方便面涨价的消息，引起社会各界广泛关注。国家发改委不断收到群众投诉举报和律师来函，反映“世界拉面协会中国分会”(以下简称方便面中国分会)及相关企业涉嫌串通上调方便面价格。国家发改委随即立案调查，并约见有关人员核实了解情况。

经查明，2006年年底至2007年7月初，方便面中国分会先后三次召集相关企业参加会议，协商方便面涨价事宜。

2006年12月26日，方便面中国分会在北京召开一届八次峰会，研究棕榈油和面粉涨价引起的企业成本增加问题。会议商定，高价面(当时价格每包1.5元以上)、中价面(当时价格每包1元以上)和低价面(当时价格每包1元以下)涨价的时间和实施步骤。

2007年4月21日，方便面中国分会在杭州召开一届九次峰会，再次研究方便面调价日程。会议明确了调价幅度和调价时间，高价面从每包1.5元直接涨到1.7元，计划6月1日全行业统一上调。

2007年7月5日，方便面中国分会又一次在北京召开价格协调会议，部分企业决定从7月26日起全面提价。

最终达成一致意见：康师傅、统一、今麦郎、日清、农心等10多家知名企业全部参与此次统一调价，其市场覆盖率达到95%以上。与此同时，1元钱以下低端面的价格调整，将由各企业为主，按地区分头推进，各企业根据自身情况采取不同的提价策略。

7月23日，该会负责人接受媒体采访，公布了涨价消息，社会反响强烈。

2024/11/8

相关企业按照以上会议协调安排，从今年6月起，相继调高了方便面价格。



方便面价格属于市场调节价，企业有权自主决定。在方便面生产成本普遍上升的情况下，企业适当提高方便面价格是可以理解的。但是，企业调整价格的行为必须符合现行法律规定。企业可以涨价，但不可以联合涨价，尤其不能由行业组织牵头实施价格联盟。在市场上，可能会出现企业相继调整价格的行为，如果这种调整没有事先共谋，也即没有一致的意思表示，一致行动只是巧合，那么法律不应对此进行干涉。相反，企业之间通过协商，以契约或其他协同方式达成价格联盟，则已经违反了《价格法》和《反垄断法》的规定，属于违法行为。

第三讲 垄断协议及其法律规制

2. (二) 限制商品的生产数量或者销售数量；[限量垄断] （限制数量的协议，是指由参与企业通过控制或限制相关市场上产销的供给量，进而限制价格的协议。主要包括：（1）限制产量协议；（2）限制销售量协议。）

限制市场供应协议： 又称限制生产行为，是企业（经营者）之间联合限制商品的市场供应数量和质量。

企业之间通过协议限制商品的供应数量或降低企业生产能力，人为地压缩供应，使市场上该商品永远处于未饱和状态，从而可以**维持较高价格，获取高额利润。**

杯勒公司\朴跃水杯公司等企业联合限产案

杯勒公司与朴跃水杯公司等企业是某市本地比较有名的几家塑料制品生产企业，他们长期一直主导本地的水杯销售市场。

1998年，这些企业在一次政府组织的企业论坛上共同确定了对外发展战略以摆脱目前本地市场饱和而导致销售逐年下降的困境。在1998年到1999年这期间，这些企业各自加大资金投入改善生产技术和设备。2000年，这些企业成功的实现了市场拓展计划，逐步打开了周遍地区的市场。这些企业在基本维持本地的市场份额条件下，继续加大资金投入以拓展生产规模。虽然在2001年年度中，这些企业的销售量跟上一个会计年度相比，总体增长了两个百分点，但局部企业的销售业绩出现明显的下滑。销售业绩出现下降的企业在作了市场调查后总结出两个原因：一是周遍地区同行企业的生产技术水平也大大提高导致竞争进一步加剧引发其销售下降；二是本地区的兄弟企业的产量大大过于市场需求。据此，这些企业向本地有关部门申请实行限产，但遭到该部门的否决。2002年6月，迫于市场销售量大幅度滑坡以及库存的积压，以杯勒公司与朴跃水杯公司为首的等企业私自达成限制产量协议。但时间不久，该协议便被某新闻媒体曝光。本地的工商执法部门立即介入调查，在进行认真调查后，该部门认为该协议本身应适用相关豁免制度。但由于这些企业未依法办理相关手续，所以协议无效，相关企业应立即依法办理相关手续后协。2002年8月，这些企业依法办理相关手续后，协议正式得到批准生效，有效时间为10个月。

本案中的企业两次试图实施限制竞争协议。第一次由于根本不具备相关法律规定的豁免要件，所以受到有关部门的禁止；第二

虽然基本具备豁免要件，但程序违法，因此有关部门责令限期改正，在依法可以获得豁免后，该部门依法作出为期10个月的豁免。

根据我国相关法律规定，该工商执法部门的做法符合法律规定。

第三讲 垄断协议及其法律规制

3. **(三) 分割销售市场或者原材料采购市场；** [瓜分“地盘”而形成的割据垄断]**市场划分协议**(市场划分协议，即各竞争者之间达成协议，就销售市场或原材料采购市场等进行划分以消除彼此间在市场上的竞争。)
- (1) 划分**交易地区**：两个或两个以上的**经营者**，为避免竞争而达成的**划定彼此交易区域或对交易数量分配限额的协议**。
 - (2) 划分**交易对象**：根据交易对象的不同来决定市场的分配。
 - (3) 市场划分协议限制了同类商品经营者之间的正常竞争，往往造成商品的单调和价格上的不合理，严重侵害了广大消费者和客户的合法权益。

第三讲 垄断协议及其法律规制

2007.02.27，有消息人士向《第一财经日报》透露，中国电信和中国网通已签署一份竞争合作协议。根据协议，从3月1日开始，中国电信将停止在北方市场发展新用户，中国网通则将停止在南方市场发展新用户，最终双方将停止各自在上述区域的固话业务，同时投资预算严重削减，人事也将被冻结。今后，中国网通在南方地区仅以发展光纤数据业务为主，中国电信在北方也是如此。

2002年的电信大分拆中，形成了“南电信，北网通”的格局。此后，双方开始互相进入对方的势力范围，但成效不明显。对此次的竞合协议，中国电信研究院资深专家向记者表示：“我可以向你证实这件事是真的，这是目前固网运营商的出路。”

他表示，之前电信和网通就已经达成了类似意向，这次则是双方一个正式的书面承诺。由于之前南北分营，中国电信和中国网通往往采用非常规手段进入对方的势力范围，结果造成了资源的极大浪费。

4. (四) 限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品；

- 这是指具有竞争关系的经营者之间限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品等的限制竞争行为。

第三讲 垄断协议及其法律规制

5. (五) 联合抵制交易；[经营者联合起来拒绝与其他竞争者“买入”或“卖出”的垄断]

(联合抵制交易，也称集体拒绝交易，是指一部分经营者共同拒绝与另一个或另一部分经营者交易的限制竞争行为。)

联合抵制协议：经营者共同阻碍其他经营者进入市场或排挤竞争对手的行为。

- (1) 为第三人设置进入市场障碍的协议：市场内的现有经营者为了阻止其他潜在经营者进入市场参与竞争，通过一系列的手段设置市场障碍而限制竞争的行为。

- (2) 排挤竞争对手的协议：一些共谋者出于一定的目的或可预见的后果，联合拒绝向市场上具有直接竞争关系的经营者进行交易，以将该经营者驱逐出市场的限制竞争行为。

- (3) 联合抵制协议的特征是在主体上涉及到三方当事人，即号召者、抵制者、被抵制者。在内容上以损害特定竞争对手为目的，促使抵制者对被抵制者断绝交易关系。

- (4) 通常适用本身违法原则。

- 1.主题地位;2.竞争关系;3.是否豁免?4.不同类型

- 区别:目的\行为\后果\属性

第三讲 垄断协议及其法律规制

(六) 国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议

。

● 【解说】注意，是非“法定”，而是“认定”，国务院反垄断执法机构有相当的“自由认定权”。

第三讲 垄断协议及其法律规制

B\ 《反法》第十四条 禁止经营者与交易相对人达成下列垄断协议：

〔解说〕注意经营者与“交易相对人”之间达成协议、决定或者其他协同行为，产生排除竞争或限制竞争的垄断行为。

（一）固定向第三人转售商品的价格；

〔解说〕转售是指转售市场中的转售者通过批量购买经营者的服务再将其零售给个人和企业客户通过赚取其中的差价来盈利的行为，经营者指定转售的固定价格。如一些品牌服装的转售（非直营销售）往往采取全国统一价，可能涉嫌垄断。

（二）限定向第三人转售商品的最低价格；

【解说】经营者指定转售的最低价格。

共同特点：限制转售价格

它是一种纵向限制竞争行为，是企业向批发商、零售商提供商品时，要求他们必须按照自己所定的价格来推销商品。

（1）剥夺了下游企业本应享有的定价权，使他们无法根据各自所面临的竞争状态和成本结构合理确定商品的销售价格。

（2）后果是使同一商品的不同经销商之间的价格竞争减弱甚至消灭。

（三）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议

。

2024/11/19 【解说】注意，是非“法定”，而是“认定”。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/775112010041011203>