

论我国反垄断法中相关市场的界定

韦丽娜

(湖南大学法学院, 湖南省长沙市, 410082)

摘要: 相关市场的界定是反垄断法中的一个基础内容, 对反垄断法的执法和司法实践具有重要的理论价值和实践价值, 因此对相关市场界定的研究具有重要价值。本文从相关市场的概念入手, 先后分析了界定相关市场的意义, 界定相关市场的方法, 以及分析了相关市场的维度, 认为相关市场应当包括相关商品市场、相关地域市场和相关时间市场三个方面, 文章最后提出了对我国反垄断法相关市场界定的建议。

关键词: 反垄断法 相关市场 建议

中图分类号: D9

文献标识码: A

随着我国《反垄断法》逐步实施, 相关市场界定的重要性愈加明显。许多情况下, 相关市场一经确定, 案件结果便能够随之确定。对相关市场界定的具体问题进行更深入的研究和探讨, 不仅有助于当事人和调查机关在具体案件中解决关键分歧, 更有利于反垄断法的正确实施, 从而保障经济的健康运行。目前, 我国关于相关市场界定的法律依据主要有两个, 一是《中华人民共和国反垄断法》(以下简称《反垄断法》), 一是《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》(以下简称《指南》)。本文从这两个法律依据入手, 对相关市场的界定进行了初步探讨。

一、相关市场概述

(一) 相关市场的涵义

根据我国《反垄断法》第十二条第二款, 以及《指南》第三条第一款的规定可知, 所谓相关市场, 是指经营者在一定时期内就特定商品或者服务(以下统称商品)进行竞争的商品范围和地域范围。

(二) 相关市场界定的意义

关于相关市场界定的意义, 《指南》第二条给出了比较具体的回答, 即科学合理界定相关市场, 对识别竞争者和潜在竞争者、判定经营者市场份额和市场集中度、认定经营者的市场地位、分析经营者的行为对市场竞争的影响、判断经营者行为是否违法以及在违法情况下需承担的法律后果等关键问题, 具有重要的作用。因此, 相关市场的界定通常是对竞争行为进行分析的起点, 是反垄断执法工作的重要步骤。

其实, 对于滥用市场支配地位的情况, 执法机关和司法机关首先要判定经营者是否处于市场支配地位, 且往往将市场份额作为首要考虑因素, 而市场份额计算第一步就是界定相关市场。由此, 对相关市场的认定往往会决定一个案件的命运, 对当事人的胜负具有决定性的意义。

二、相关市场界定的方法

对相关市场的界定可以根据市场中特定的行为进行分析, 也可以对产品供应的结构变化进行分析。反垄断法中界定相关市场的方法主要有两种, 一是产品功能测试法, 另一种是假定垄断者测试法, 即 SSNIP 测试法。

(一) 产品功能界定法

产品功能界定法, 主要依据产品功能上的互换性或用途上的合理互换性来完成对相关市场的界定。在实践中, 产品功能测试主要采用相似产品之间的交叉价格弹性来判定两种产品是否属于同一市场。若两种产品在消费者看来具有合理互换性, 存在交叉弹性, 则认定这两

种产品所在的市场界定为相关市场。

然而,由于越来越多的产品具有多样化的物理特征和预期功能,要判断两种产品是否属于合理替代品,具有不同专业知识背景的人会做出不同的甚至相反的判断。因而,相关市场界定结果往往具有很强的主观任意性。同时,交叉弹性和合理互换性很难确定,数据的统计标准不同得出的结果往往不同。由此,产品功能界定法的缺陷难以避免。

(二) 假定垄断者测试法

假定垄断者测试法,又称 SSNIP 测试法,是指假设存在一个垄断性企业,当该企业明显地、且非暂时地小幅度提高其商品或服务的价格时,如果有相当数量的需求者仅因提价失去了利益而转向其他商品或服务,那么,这些商品或服务也包含在相关市场之内。即使在相邻商品一方进行同样的测定,只要发生了向相邻商品转换的现象,则该商品就包含在相关市场内;如果不发生转换,则无需继续测试,可以界定为一个相关市场[1]。

SSNIP 测试法被世界上大多数国家和地区的反垄断当局作为界定相关市场的方法,我国《指南》将该方法作为界定相关市场的重要方法加以说明,认为这一分析思路“可以帮助解决相关市场界定中可能出现的不确定性”,但同时也在第十一条提出了假定垄断者测试的几个实际问题。实践中,虽然 SSNIP 测试的基本逻辑为从事反垄断事务的人士所熟知,但在适用测试的过程中仍存在许多误解,可能导致错误的结论。其局限性具体体现在仅限于考察价格竞争,而不关注商品其他可能发生相互竞争的方面,如质量等。在现实中,消费者的购买行为受到众多因素影响,如商品价格变化、渠道发展、广告引导、收入变化、物价水平变化、消费观念发展、社会事件、经济整体运行状况及消费者的心理预期甚至气候变化等,都会影响消费者的决策,影响竞争。由此,在界定相关市场时,应采用多元化方法进行界定,取长补短,得出客观有效的结论。

三、界定相关市场的维度

很多学者认为,界定相关市场应当主要考虑相关产品市场和相关地域市场两个方面,因此把相关市场界定为二维市场,然而笔者认为时间因素在界定相关市场时应给予重视,相关商品市场、相关地域市场、相关时间市场三者是密不可分的,将市场看作是三维的更为合理。

(一) 相关商品市场

《指南》第三条第二款介绍了相关商品市场的概念,即相关商品市场是根据商品的特性、用途及价格等因素,由需求者认为具有较为紧密替代关系的一组或一类商品所构成的市场。这些商品表现出较强的竞争关系,在反垄断执法中可以作为经营者进行竞争的商品范围。

结合《指南》第八条,首先,从需求替代角度界定相关商品市场,主要考虑以下因素:

(1) 需求者因商品价格或其他竞争因素变化,转向或考虑转向购买其他商品的证据。(2) 商品的外形、特性、质量和技术特点等总体特征和用途。商品可能在特征上表现出某些差异,但需求者仍可以基于商品相同或相似的用途将其视为紧密替代品。(3) 商品之间的价格差异。通常情况下,替代性较强的商品价格比较接近,而且在价格变化时表现出同向变化趋势。在分析价格时,应排除与竞争无关的因素引起价格变化的情况。(4) 商品的销售渠道。销售渠道不同的商品面对的需求者可能不同,相互之间难以构成竞争关系,则成为相关商品的可能性较小。(5) 其他重要因素。如,需求者偏好或需求者对商品的依赖程度;可能阻碍大量需求者转向某些紧密替代商品的障碍、风险和成本;是否存在区别定价等。

其次,从供给角度界定相关商品市场,一般考虑的因素包括:其他经营者对商品价格等竞争因素的变化做出反应的证据;其他经营者的生产流程和工艺,转产的难易程度,转产需要的时间,转产的额外费用和 risk,转产后所提供商品的市场竞争力,营销渠道等。

(二) 相关地域市场

《指南》第三条第三款规定,所谓相关地域市场,是指需求者获取具有较为紧密替代关系的商品的地理区域。这些地域表现出较强的竞争关系,在反垄断执法中可以作为经营者进

行竞争的地域范围。王晓晔教授指出,这个地域场所的特征是,被告在这个地域内销售产品,但被告的用户在这个地域可以购买与被告相竞争的产品,因此,当被告对其产品涨价时,该产品的用户可能转向该地域的其他生产商[2]。

结合《指南》第九条,首先从需求替代角度界定相关地域市场,可以考虑的因素主要有:

(1) 需求者因商品价格或其他竞争因素变化,转向或考虑转向其他地域购买商品的证据。(2) 商品的运输成本和运输特征。相对于商品价格来说,运输成本越高,相关地域市场的范围越小,如水泥等商品;商品的运输特征也决定了商品的销售地域,如需要管道运输的工业气体等商品。(3) 多数需求者选择商品的实际区域和主要经营者商品的销售分布。(4) 地域间的贸易壁垒,包括关税、地方性法规、环保因素、技术因素等。如关税相对商品的价格来说比较高时,则相关地域市场很可能是一个区域性市场。(5) 其他重要因素。如,特定区域需求者偏好;商品运进和运出该地域的数量。

其次,从供给角度界定相关地域市场时,主要考虑以下因素:其他地域的经营者对商品价格等竞争因素的变化做出反应的证据;其他地域的经营者供应或销售相关商品的即时性和可行性,如将订单转向其他地域经营者的转换成本等。

(三) 相关时间市场

相关时间市场是指某一产品与其同类产品或替代品在一定的地域市场中进行竞争的时间。

笔者界定相关时间市场是相关市场的维度之一的原因在于,《指南》第三条第四款规定,当生产周期、使用期限、季节性、流行时尚性或知识产权保护期限等已构成商品不可忽视的特征时,界定相关市场还应考虑时间性。同时,我国《反垄断法》第十二条的规定也强调了相关市场是经营者在“一定时期内”就特定商品或者服务进行竞争的商品范围和地域范围。据此有理由认为立法者将时间作为与产品和地域并列的市场竞争的第三个纬度,在我国的《反垄断法》执法和司法中,相关市场应该包括商品市场、地域市场和时间市场三个方面[3]。

各国反垄断法在界定时间市场时往往需要考虑以下因素:(1) 产品的使用期限:不同产品的使用期限会影响需求,一般情况下产品的使用期限越短,替代品就越多,相关市场的范围也越大。(2) 产品的生产周期:根据微观经济学的理论,产品的生产周期越短,产品的供给弹性就越大,企业根据市场需求调整供给的能力就越大,相关市场的范围也就会越大。

(3) 产品的季节性:由于产品的自然性质,有些产品如季节性较强的水果蔬菜只有在一定的季节内才可能存在竞争。(4) 知识产权的保护期限:知识产权的保护期是受到一定的时间限制的,在知识产权的保护期之内,权利人会垄断市场,但是保护期满之后,其垄断地位就会消失,相关的产品市场和地域市场就会发生变化。

四、对我国反垄断法相关市场界定制度的建议

首先,应明确相关市场界定应是个事实问题而不应是个价值问题。事实具有客观性和可变性,价值具有主观性和稳定性。因此主观评价不应成为影响相关市场界定的因素,如果在市场界定过程中导入主观想法,必然会影响结论的客观性。

其次,应当处理好法律确定性和相关市场不确定性之间的冲突。法律是一种确定性规范,这种确定性能够帮助人们预测自己行为所带来的后果,但界定相关市场作为执行反垄断法的关键步骤,却具有不确定性[4]。由此,法律具有滞后性,而相关市场中的产品、地域、时间因素却是不断变动的,再加上一些人为因素的影响,界定相关市场的诸要素不断变更,必然会导致法律在实践中出现种种不适应现状的情况。因此在有关法律中对相关市场的界定原则、方法等做原则性的规定,由司法机关根据实践需要灵活地对相关市场具体制度做出规定,更符合现实的需要,也更有利于问题的解决。

再次,笔者建议我国在借鉴国外先进的理论和实践的同时,必须考虑中国国情,注重培养“中国特色”的反垄断执法队伍,从而有效地开展相关市场界定工作。

最后,应当处理好相关市场与产业政策之间的关系。大型企业有利于形成规模经济,从而提高经济的整体竞争力。这就要求执法部门在实施反垄断法时,适当放宽相关市场的界定标准,同时处理好发展国内市场与发展国际市场的关系,以及处理好保护民族产业与加强国际经济交流与合作的关系。我国的反垄断法以保障社会主义市场经济的健康发展为根本目的,我们在追求相关市场界定方法不断完善的同时,应当使相关市场的界定不断适应国家的经济政策,并根据不同时期、不同涉案企业的具体情况而区别对待。

五、结语

综上所述,相关市场的界定是对竞争行为进行分析的起点,是反垄断法执法工作的重要步骤,对反垄断法的实施具有重要意义,而同时,我们也可以看出,对相关市场的界定存在着相当大的困难和不确定性,可以说界定相关市场是个十分复杂且难以操作的问题。因此不断完善相关市场界定的理论依据势在必行,这对推动反垄断法的正确实施,和促进市场经济的快速健康发展具有十分重要的意义。

参考文献

- [1] 尹雯. 浅析反垄断法中相关市场的界定[J]. 牡丹江大学学报, 2011, (3).
- [2] 王晓晔. 举足轻重的前提——反垄断法中相关市场的界定[J]. 国际贸易, 2004, (2).
- [3] 时建中, 王伟炜. <反垄断法>中相关市场的含义及其界定[J]. 重庆社会科学, 2009, (4).
- [4] 王立国. 论相关市场的界定标准[J]. 经济研究导刊, 2008, (3).

The Definition of Relevant Market in Anti-monopoly Law

WEI Li-Na

(Hunan university, Chang Sha / Hu Nan, 410082)

Abstract: The definition of relevant market is a basic content in the Anti-monopoly law. It has important theoretical value and practical value, so the definition of relevant market research has important value. This article has analyzed the definition of the relevant market, the meaning of the relevant market, methods of definition of relevant market, and analysis of the dimensions of the relevant market. Then I think that the relevant market should include three aspects, such as the relevant product market, the relevant geographic market and the relevant time market. Finally, the paper puts forward some suggestions about the definition of relevant market in China's anti monopoly law.

Keywords: Anti-monopoly law relevant market suggestion

作者简介(可选): 韦丽娜(1990—), 女, 湖南大学法学院, 硕士研究生, 研究方向: 经济法。

