

製造業獨占事業之認定**

林慶堂 洪德昌 楊家駿*

目次

壹、前言	叁、實例分析
貳、我國獨占事業認定條件	肆、結論

壹、前言

我國公平交易法自經濟部提出草案伊始，乃至施行，歷經波折，其間各界的關心與質疑，雖經公平交易委員會成立，充分與各界溝通後，爭議稍減，惟隨著八十二年一月間公平會依公平法第十條第二項審理獨占事業公告事宜時，再次引發學術界、企業界熱烈的討論。

本文目的不在於針對各界對於獨占事業公告作業的批評與質疑提出辯駁或說明，而在於將公平會處理獨占事業公告作業事宜時如何認定獨占事業及相關作業準據予以一一介紹，俾各界得以客觀認識公平會的審理標準，並進一步提出建言以供公平會將來改進或修正相關作業之參考。另外，獨占公告效力及經公告之獨占事業是否即當然認定其具相當於刑法上身份犯的概念，不在本文說明之列。

本文除前言外，次係就公平會依據施行細則第三條獨占事業公告時，針對各項審酌事項，所訂各項內部作業準據與衡量指標作一學理上的說明，再分別以製造業

* 作者皆任職於公平會第二處。

** 本文感謝本會王委員弓、陳處長裕璋之指導與指正。

中經公平會認定為獨占事業的產業分別加以驗證，最後則為結論。

貳、我國獨占事業認定條件

一、獨占事業的規範基礎

經濟理論上將「獨占事業」定義為：某特定產品市場，僅有一家生產（銷售）者生產（銷售）無密切替代品存在之產品或服務，且具有控制市場的力量，則此生產（銷售）者即謂之獨占事業。然而，不論獨占事業係因自然因素或人為因素所形成，歷來經濟學者對其皆有正反兩面的評價（註1），但若能經由適當的規範，亦均可對社會產生正面的貢獻，於是藉由政府公權力來導正經濟活動，實有其重要性及必要性。

就我國而言，現行係以公平會掌理之有關獨占管制的相關法條作為認定、規範獨占事業的重要工具，惟參照公平法第五條「本法所稱獨占，謂事業在特定市場上處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力者。

二以上事業，實際上不為價格之競爭，而其全體對外之關係，具有前項規定之情形者，視為獨占。」之規定可知，公平法所欲規範之獨占較經濟學的詮釋為廣，不單僅及於市場結構中的純粹獨占，也涵蓋了寡占市場中不為價格競爭，且全體對外關係亦具壓倒性地位，有能力排除其它競爭者之事業。

二、獨占事業的認定標準

緣於，公平法第五條僅對獨占事業做概念性的規定，因此公平會在依法辦理獨占事業公告時，必須再審慎考量任何有益於判定市場競爭情況之佐證因素，誠如施行細則第三條之規定，中央主管機關在公告獨占事業時，應審酌下列事項：

1. 事業在特定市場之占有率。

註1. 關於獨占事業是否符合靜態經濟效率及動態技術效率的爭議頗多，請參閱薛琦、顏吉利、黃鴻、周添城、林純瓊合著，*產業經濟學—理論與實務*，第123頁-第146頁（77年7月）。

2. 商品或服務在特定市場中時間、空間之替代可能性。
3. 事業影響特定市場價格之能力。
4. 他事業加入特定市場有無不易克服之困難。
5. 商品或服務之輸入、輸出情形。

基本上，施行細則第三條所定之審酌事項，已為認定獨占事業提供可資依循的準據，然因公平會期能使此次公告作業更加謹慎、落實，而對上列所述之各款再加以研析以做為認定之參考。諸如，事業在特定市場之占有率或總銷售額符合施行細則第四條第一、二項排外規定時，則可剔除於公告名單外；產品的替代性可從需求面的個人嗜好、消費習慣、產品用途，及供給面的技術與設備關聯性、產品價值、原料來源等做原則性的分析，並佐以實務上的觀測（註2）；價格影響力係根據事業在市場上的實際訂價行為來考量，舉凡差別取價、協議定價或掠奪性訂價等定價模式（註3），均是審酌時所應注意的重點；參進及退出障礙一項是將觀察重心擺在，事業所處之產業在規模經濟、必要資本量、產品差異化、絕對費用及固定投資等方面，是否具有阻撓其他事業加入的特質；至於，輸出、輸入情形係就有效關稅率、進出口管制及非關稅障礙等層面來考慮，而實際驗證上則以估算輸出（入）比率為主。

本節擬對前述各項公告獨占事業時，所爰用之參考指標及衡量方法做一要點式的介紹。

（一）市場占有率

「市場占有率」係指一定期間內，某事業在特定市場上所銷售之商品或提供之服務，占該特定市場所有銷售之商品或提供之服務的比例。此項比率係測度事業是

註2. 替代性的衡量請參閱范建得、莊春發合著，獨占、結合、聯合市場力量之管制，頁120頁-第132頁（81年4月）。

註3. 差別取價係指獨占廠商分別對相同或不相同的購買者或地區，索取不同價格；協議定價乃寡占市場的廠商，為避免激烈的價格競爭、增加彼此利潤，而共同決定價格的方式，可分為明白的協定與暗默的協定兩種；掠奪性定價即廠商將價格定在長期平均成本之下，企圖打垮競爭對手的訂價方式。

否擁有市場力（註4）之量化指標，為世界各主要國家執行反托拉斯法之重要依據，舉凡美國、日本、德國及韓國等有關事業獨占、結合及聯合行為之管理，無不以市場占有率作為規範基準（如表2-1），同樣地，我國公平法施行細則第四條亦規定事業在特定市場的占有率需達一定水準始有可能被認定為獨占事業。至於，本會在計算市場占有率時所應考慮的因素及使用之公式，如下：

1. 特定市場範圍：理論上，市場的釐定應涵蓋所有競爭可及之區域或範圍，包括商品或勞務之潛在供給者與需求者，及可能交易之區域空間及時間範圍（註5）。惟，實際界定上仍有其困難，目前各國大都以其所發展之產業分類為準，且偏向引用4位數為市場分類標準，如美國、日本及英國，而我國現行可供應用的有「中華民國行業標準分類」、「中華民國商品標準分類」及「稅務行業標準分類」等（註6）。

2. 貿易因素：指全國或地區市場之輸出與輸入資料。

3. 企業規模之衡量變數：除了銷售量外，舉凡銷售金額、生產量、生產值、產能、員工人數、資本額、資產總額、營收金額及產品附加價值等，亦均可選為計算市場占有率之衡量變數。

4. 統計資料：指各種衡量變數之個別廠商資料及該特定市場之整體資料。

5. 市場占有率：市場占有率的計算應以某特定區域的總供給為基準，因此在「開放經濟」的社會中，若以一國為區域範圍時，應同時考慮進口及出口的額度。其公式如下：

$$MS_i = \frac{S_i - X_i + M_i}{\sum_{i=1}^n S_i - \sum_{i=1}^m X_i + \sum_{i=1}^r M_i} \times 100\%$$

註4. 市場力係一種在特定期間內，能將價格抬升至競爭市場水平以上，且仍繼續獲利的能力。

註5. 請參考公平交易法第五條第三項。

註6. 請參考公平交易法論述系列2：我國獨寡占商品市場結構及廠商行為規範之研究，第15頁-第21頁（81年1月）。

其中變數定義分別為

MS_i : i 事業之市場占有率。

S_i : i 事業之銷售量。

i : 為特定市場之所有事業。

M_i : i 事業之進口量。

X_i : i 事業之出口量。

(二)其他特定產品的替代性

在認定獨占事業時，特定市場中其他相關產品或服務的替代性為另一考量的重要基準，一般而言，某產品若具有為數較多之高替代性商品則市場競爭態勢必較為激烈，縱使此等替代品未實際進入市場，亦能對該市場的潛在競爭產生正面的規範作用。而產品間替代性之相關程度的認定，經濟學上常以交叉彈性作為衡量標準，且須就消費面的需求交叉彈性及生產面的供給交叉彈性同時予以考量，不可偏廢其一。

1.需求替代：所謂「需求替代」係指當市場上某項產品的單價上揚時，消費者會放棄購買該項產品轉而選擇其他產品。而緣於消費者對不同種類或相同種類不同品牌、規格的商品之消費，所獲得的滿足程度不一，且不同消費者對同一商品的效用水準亦有所差異，致消費者對不同商品間之替代性的看法互有高低，然廠商們所生產之產品如在消費者心目中具有可替代性，則彼此之間，就形成某種程度的競爭關係。一般而言，需求替代除了受個人嗜好及消費習慣之影響外，產品本身之特質及用途、價格高低、市場結構、行銷管道等都咸屬重要之影響因素。然此皆只是經濟理論所提供的判定原則，實務上僅能就特定產品的價格上升（下降）與其他相關產品的價量變化做一方向性的比較，來觀測需求替代的情形，惟仍無法認定替代性的強弱，且常受限於必須排除干擾因子的困難。

2.供給替代：所謂「供給替代」係指當市場上某項產品的單價下挫時，生產者會放棄生產該項產品轉而生產其他產品。由於，生產者往往會因應市場景氣的波動調整其營運策略，選擇生產適當之產品銷售，因此，當一群生產者雖然生產完全不可替代之產品，但如彼等使用技術及設備的關聯性高，且很容易調整生產流程來生產對方所生產之產品，則彼此仍然是競爭者，如男鞋和女鞋的生產即是。一般而言

表2-1 各國對獨占事業認定規定

國別	美國	德國	日本	韓國	我國
法規名稱	休曼法	營業競爭限制防止法	關於禁止私的獨占及確保公平競爭之法律	限制獨占及促進公平交易法	公平交易法
使用名詞	獨占	控制市場之企業	獨占狀況	支配市場之事業	獨占
狀態說明	無	一、無競爭者或未有實質之競爭 二、擁有較其競爭者優越之地位 三、二事業以上亦列入	無	無	一、處無競爭狀態或具壓倒性地位可排除競爭之能力者 二、二以上之事業亦列入
以市場占有率認定時之標準	無	一事業達三分之一、三或三以下達二分之一、五或五以下達三分之二	一事業達二分之一、二事業達四分之三	一事業達二分之一、三或三以下達四分之三（但未達十分之一可排除之）	一事業達二分之一、二事業達三分之二、三事業達四分之三（但未達十分之一可排除之）
最低銷售金額	無	一事業認定時不得低於二億五千萬馬克、其它認定時不得低於一億馬克（以事業交易額計算）	五百億日元（事業在該市場之價額計算）	三百億韓幣（以事業在該市場之價額計算）（細則中訂定）	十億台幣（以事業交易額計算）
其它認定	無	計算市場占有率時包括關係企業	另有加入之困難及價格、利潤、費用等因素	無	事業因法令、技術之限制而可排除競爭者亦列入
認定機關	法院	卡特爾官署	公正交易委員會	公平交易委員會（需公告）	公平交易委員會（需公告）

資料來源：有關國外規定係節錄自公平交易法論述系列2，第10頁。

，供給替代除考慮技術與設備的層面外，產品價值、原料來源、成本結構及運輸成本與區域選定等均屬考量重點。至於，實際的衡量方法則因供給交叉彈性的估算不易，退而求其次，以估計廠商生產轉換成本占其資產的比例來代替，然此比例要達到何等程度，才能視為有生產轉換的可能，恐怕也是相當難以判斷（註7）。

（三）價格影響力

經濟學上認為完全競爭市場的價格係由市場供需所決定，非個別生產者所能支配；相反地，在寡占或獨占市場中，生產者對於價格的決定則或多或少具有某種程度的影響力，一般而言，生產者的壟斷力（註8）越大，則其價格的影響力越劇。因此，生產者在市場上的實際訂價行為，亦為認定獨占事業的重要依據，如價格領導、差別取價、協議定價（如卡特爾）、限制定價或掠奪性定價等。其次，流通系列化程度及買方集中度的高低，則為左右廠商是否具有價格影響力的重要因素，因而亦在觀察之列。

1. 價格領導：「價格領導」係指產品的價格變動是由“領導者”首先發佈，而“追隨者”會在極短時間或毫無時間落後下，做相同的價格調整。通常，該領導者為業界中享有成本優勢的最大廠，具備決定價格的能力；反之，追隨者則無。此等情況，大都存在於市場結構係由一家大廠及其他小廠所組成，或是寡占廠商透過暗默的諒解而形成，而可從某特定時間內，市場的所有廠商在價格的調幅及頻率是否有一致的趨勢觀察起。

2. 訂價方式：獨占或寡占市場之生產者因對產品價格有較大的控制力，故能利用價格策略來遂行其特定目的。諸如，採差別取價或協議定價以謀得最大利潤、以限制定價來阻絕潛在競爭者的加入、運用掠奪式定價來打擊競爭對手，及確保一定利潤之成本加成定價等均是。實務上，可從觀察生產者間有無具體的協議行為，或產品的銷售條件及利潤率等方面著手。

3. 流通系列化：「流通系列化」是生產者直接投資於零售階段，將既存的販賣

註7. 同前註二。

註8. 美國最高法院將壟斷力定義成：「控制市場價格或排除競爭的力量。」范建得、莊春發合著，前揭註二書第111頁。

業者加以吸收合併或承受營業，而形成自己的流通過路線，或是生產者和販賣業者訂定排他性契約或經常性的交易關係，而將販賣業者予以組織化的行爲。其主要目的在於維持產品差別化和再販賣價格，然而生產者進行流通系列化是否會減損市場競爭、影響價格機能，尚須視其所處的市場結構而定。惟，依據日本的產業經驗：流通系列化是形成、維持、加強高度寡占的重要手段（註9）。

4.買方集中處：產品價格係由市場上之買賣雙方所共同決定，因此，買方的力量愈大，其議價能力越強，生產者對價格的影響力就相對地越爲薄弱；誠如，Galbraith 教授認爲在寡占結構的產業，迫使生產者重視購買者需要，及使售價降低的主要力量不是競爭，而是強有力的購買力（註10）。再者，買方集中度爲測度市場購買力的重要指標，故買方集中度與生產者對價格的影響力存在著反向關係，且不失爲一可資佐證的參數。

（四）參進及退出障礙

如果一個市場存在著參進及退出障礙，則既存生產者相對於新進加入者在競爭上將更具有優勢地位，此等情境，可能會對意欲加入該市場之生產者造成嚇阻作用，促使既存生產者擁有限制外來挑戰的能力，而減損市場之競爭，甚至於造成獨占或寡占的局面，因此獨占認定時亦將之列入考慮。至於，形成參進及退出障礙的原因主要有規模經濟、必要資本量、產品差異化，絕對費用及固定成本等，茲分述如下：

1.規模經濟：就規模經濟很大之產業而言，既存生產者一般都已採取大規模生產，因此，新進加入者如果採取最適生產規模以下的小規模生產，在成本上是無法和既存生產者對抗，所以新進加入者必須在加入時或加入後短期內就完成最小最適生產規模，不過，規模經濟性越顯著的產業，最小最適生產規模佔產業總需要量的比例越大，因而新進加入者難以獲得如此相對較大的生產及銷售規模，再者這種大量生產可能會引起供給過剩，更使得加入的困難增加。

2.必要資本量：所謂「必要資本量」是指在加入時所需最低限度的必要資本

註9.請參閱植草益著，邱榮輝譯，*產業組織論*，第93頁（77年8月）。

註10.請參閱F.M. Scherer著，蕭峰雄譯，*產業市場結構與經濟績效*，第514頁。

數額，此資本量的多寡因各產業工廠設備體系或銷售方法的不同，而各有差異，若是必要資本量過於龐大，則可能會因資金調度的困難而提高加入的難度。

3.產品差異化：在購買者對於既存生產者的產品有偏好時，新進加入者爲了爭取購買者對自己產品的認同，必須長期地支出鉅額的促銷費用，此種情況將增加其進入市場的困難度。

4.絕對費用：「絕對費用」是指既存生產者因下述情形而擁有絕對的成本優勢，從而造成其他生產者加入的困難；既存生產者在(1)排他性地擁有、支配原料來源，(2)排他性地擁有專利技術或保持製造技術的秘密，(3)排他性地擁有、支配銷售通路，(4)排他性地擁有、支配運輸網路，(5)排他性地擁有、支配必要不可欠缺的勞動力及經營能力，及(6)法律、行政的限制等情況下，會形成絕對費用的進入障礙。

5.固定成本：固定成本（尤以沉沒成本爲然）往往是生產者決定退出市場時，可能會面對的資本損失，故，生產所需的設備投資越大，退出障礙越高，且間接影響其他生產者的加入意願。

(五)輸出、輸入情形

由於，商品或勞物的輸出、輸入以及外國事業對國內產業的直接投資會直接或間接地影響國內市場的競爭狀態；如商品的輸入機會增加，將使國內市場的競爭者數目趨增，結果造成賣方集中度的降低，而對國內原屬獨占或寡占的市場產生相當顯著的影響。故，公平法施行細則亦將國際競爭情形納入認定獨占事業的重要考量參數，其中，輸出、輸入情形雖與有效關稅率、進出口管制及非關稅障礙等有著密切的關係，然亦須綜合考慮其他因素，而緣於其整體成效係表現在輸出（入）比率上，故實務上應可以該比率爲考慮的基準。

1.輸出（入）比率：通常，某項產品的輸入比率越高則其國內市場的競爭越激烈，也越不易爲國內生產者所壟斷。至於，輸出比率對國內市場的影響則較不明顯，且必須同時參酌輸入情況，僅在於某項產品的輸出和輸入比率均高時，才可能會有益於市場的競爭（註11）。

2.外國直接投資：外國事業若基於特殊因素之考量，而以直接投資的方式加入

註11.植草益著，邱榮輝譯，前揭註九書第120頁-第129頁。

本國市場時，將對國內生產者帶來新的衝擊，有助於市場競爭的形成。惟，現實上亦有可能發生減低競爭的情事，如外國事業挾強力的競爭優勢進入國內市場時，國內事業可能敗退或被外國事業加以吸收合併，而變成由外國事業獨占國內市場，有幾個國家的清潔劑、醫療品、照相軟片等產業都曾出現過此種事例（註12）。

叁、實例分析

公平法第十條第二項規定，獨占之事業由中央主管機關，即公平交易委員會定期公告。至於事業在某特定市場是否處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭，或二以上事業，實際上不為價格之競爭，而其全體之對外關係，具有前述之情形，應公告為獨占事業者，除須依施行細則第四條審酌市場占有率外，亦應依第三條綜合考量其他特定商品在特定市場中時間空間之替代可能性、事業影響特定市場價格之能力、他事業加入特定市場有無不易克服之困難、商品之輸出入情形。

本節將依公平法施行細則第三條五款事項，分別探討台灣製造產業之情況。本節之架構安排，雖按市場占有率、其他特定商品在特定市場中時間及空間之替代可能性、事業影響特定市場價格之能力、他事業加入特定市場有無不易克服之困難、商品之輸出入情形分別探討，惟在審酌事業是否應公告為特定市場之獨占事業時，仍須綜合加以考量。

一、事業在特定市場之占有率

台灣地區製造業達公平法施行細則第四條第一項及第二項市場占有率及事業總銷售金額之門檻條件，符合公告標準者有砂糖、菸草、酒類、車用汽油、國內航空用油、天然氣、石油氣、大客車、機車、局用電話交換機、粗鹽、電力、台灣省自來水等四十三個產業市場，另依施行細則第四條第三項，事業之設立或事業所提供之商品進入特定市場受法令、技術之限制或有其他足以影響市場供需可排除競爭能力之情事者，雖有前二項不列入認定範圍之情形，中央主管機關仍得認定其為獨占

註12 同上註書第129頁-第137頁。

事業。是以本會乃分別逐一檢視進出口簽證規定中之進出口管制規定及產業主管機關所頒定之專業管制法規，而列入精鹽及二十四家家用導管瓦斯業者為可能獨占名單。惟經審酌公平交易法施行細則第三條五款事項後，於第一階段僅公告了二十三個市場之獨占事業，刪除了十五個市場，而不予公告，另七個市場因須再進一步查證，而予於保留，待資料齊全後再行審酌。

公告獨占事業的二十三個市場中，有十一個市場僅一家事業在市場上銷售，其市場占有率達百分之一百。另局用電話交換機市場，公告為獨占事業之三事業，市場占有率合計亦達百分之一百。

二、其他特定商品在特定市場中時間空間之替代可能性

在商品之替代可能性方面，有因其價格、品質、使用目的差異過大，而認為其他特定商品之替代性低，非競爭產品，或生產設備轉換期間過長、原料不易取得等等，而不宜視為潛在競爭者，另亦有因商品無法運輸或運輸成本過高，不適宜運送到其他區域銷售，而將該項商品視為區域性商品者，以下擬就相關產品市場及相關地理市場界定分別探討。

在相關產品市場界定方面，較值得探討的有大客車市場；國瑞汽車（股）公司是國內唯一設廠生產的廠商，其在生產設備運用上，是將大客車與大貨車設計在同一條生產線上，即兩者產量可相對增減。惟大客車與大貨車雖可共用生產設備，但生產所需之關鍵零組件及結構設計並不相同，故是否具有供給替代性，仍須進一步加以檢視，且大客車與大貨車的使用目的顯有差異，實不宜將大客車與大貨車冒然地視為高替代性商品，二者應分屬不同市場。

複合肥料是由氮、磷、鉀等三要素再加上少許添加劑混合而成，主要作用在於一次施灑即可使作物所需養分達到均衡。準此，使用者或可分別購買氮肥、磷肥、鉀肥，再自行混合後使用，達到購買複合肥料同樣的使用目的，惟複合肥料的混合比率須隨地質的不同來調整，若差之毫釐，則將失之千里，係屬重複試驗型的高度技術，農民（需水者）實無能力購買設備或具備完整的專業知識，自行混合氮肥、磷肥、鉀肥來使用。所以，不宜將二者視為替代品，期望二者可相互競爭。

另在供給替代性的考量方面，新廠商欲在短期內進入市場參與競爭，除須考量

生產設備轉換期間及原料取得是否無慮外，尚須衡量商品是否可順利地銷售；平板類玻璃（第一次板）便因運輸困難使得行銷網的建立不容易，而成爲其他廠商意欲加入生產的重要障礙。

在相關地理市場方面，自來水即爲相當突顯的產業。自來水的運輸成本遠高於其價值，所以在平常時期，鮮有人運送自來水到其他區域銷售，自來水自有其明顯的區域市場性。另在國內依民營公用事業監督條例第十七條規定，同一區域內以一家爲原則，及依自來水法第七條，以公營爲原則，使得自來水事業在同一區域內並無第二家加入經營之事能。由於法令的限制，即使在缺水時期，他區域之廠商亦不得直接銷售予另一區域內之用戶，仍須經由該區域內既有的自來水事業銷售。因此，在自來水有相當明顯的區域性下，理應按區域劃分市場。

家用導管燃氣市場亦有明顯的區域性，如同自來水一樣，依民營公用事業監督條例第十七條規定，同一區域內以一家爲原則。所以，在特定區域內之家用導管燃氣僅能獨家供應，且各區域之事業不得越區銷售。

三、事業影響特定市場價格之能力

天然氣及石油氣均由國貿局限定中國石油（股）公司獨家進口，而精鹽亦依鹽政條例，由台灣製鹽總廠獨家供應，另電力亦依民營公用事業監督條例，僅有台灣電力（股）公司爲唯一供應者，而四者之格均須報請中央主管機關核備。表面上四市場之事業並無價格決定權，惟若依下游業者所接受之實質交易價格而論，例如氮肥及複合肥料之主管機關只核定最終消費價格，而經銷價格仍由合肥所決定，是以此類實質價格仍由業者決定。另就調價過程而論，事業之主管機關係以業者所核報之成本及法定利潤率爲調價依據，故事業對市場價格仍有某種程度的影響能力。

在市場上具有特殊優勢地位的廠商（註 13），常常由於客觀的條件而成爲該市場的支配性價格領導者，並實質地限制了商品的交易範圍，如對苯二甲酸市場上，即出現支配性價格領導者；該市場的第一大廠商，除市場占有率超越百分之五十，

註 13.此所述之優勢地位係指該廠商在成本、服務等項目上具有絕對優於其他同業的水準而言。

而居於競爭上的優勢外，其在商品運輸過程中，對於品質的維護亦遠優於其他業者，使得該廠商的產品售價成爲同業訂定價格，或下游廠商決定進價的重要參考指標。

四、他事業加入特定市場有無不易克服之困難

有無法律或行政限制是他事業加入特定市場有無不易克服之困難的決定因素，不論產品異質化程度如何、技術來源取得是否容易、原料來源是否無慮，只要該市場有法律或行政限制，則他事業即無法進入市場。在國內製造業中，酒類市場及菸草市場即爲明顯的例子，台灣省菸酒公賣局依「台灣省內菸酒專賣暫行條例」第六條及第二十九條規定，爲專製專賣廠商，而菸酒雖自八十一年九月開放由廠商自由銷售（國產菸酒仍僅公賣局得以生產），惟受到開放時間尚短消費者的習性不易改變等因素的影響，使得台灣省菸酒公賣局在菸酒市場仍具有相當的市場地位，但較之未開放前，市場占有率已略顯衰退。

法律或行政限制除明文規定由某事業獨家生產外，亦有須依法申請許可後，始得以生產或供應者。依台灣省蔗糖業管理規則第四條一項第二款，蔗糖業者應於設立糖廠前填具申請書，並檢附文件報請縣市政府核轉台灣省政府核准後，始得申請工廠設立登記。其中使用原料數量及取得方法應附原料採取區域圖，即要求製糖業者要有特定之甘蔗採收區域。如此，將極易造成廠商進入市場之障礙，促使台灣糖業（股）公司成爲唯一的供應事業。

如前節所述，產品異質化程度愈高或技術來源取得愈困難，其他廠商進入市場之障礙就愈高。在機車（機器腳踏車）市場，上述兩種情況致爲明顯。由於機車已不僅僅是代步之用，目前已兼具休閒功能，於是機車廠商須不斷地推出新款式以符合消費者需求，並加上鉅額的廣告支出來促銷，以上種種廠商行爲將使得產品高度異質化。目前商品屬性空間幾乎業已填滿，除非花費鉅額的研發費用，推出新款式車種，否則新廠商將難以生存。另國內機車廠商雖已投入相當的研發費用，惟關鍵零組件技術來源仍受限於日本，而日本廠商在國際上具有優勢的競爭地位，國內其他業者已不易自其他國家引進他種品牌參與競爭。再者，日前由於二期環保標準的實施，將使得國內前三大事業更具競爭優勢，其他事業若不即時重視研發，將可能

退出市場，更惶論新廠商欲在市場上生存。基於上述情形，國內機車市場之前三大事業，已具有壓倒性地位，可排除競爭。

如前節所述，原料來源是廠商進入市場所需考量的重要因素之一，而在氮肥市場，台灣肥料（股）公司即取得原料供應的優勢地位。氮肥市場範圍包括尿素、硫酸銨、氫氮化鈣、硝酸銨等，惟台灣土質酸化、農民習性及品質等問題，目前屬酸性之氮肥均在減產中，而尿素遂成為最主要之氮肥，且台灣肥料（股）公司卻是唯一供應者。台灣肥料（股）公司之所以成為尿素唯一供應者，除進口有行政特許因素外，中國石油公司供應其生產之主要原料液化石油氣（製成液氨後，再作成尿素）每立方米僅收費新台幣一元整，使得台灣肥料（股）公司在尿素原料的取得上處於絕對的優勢地位，並足以阻卻廠商進入市場參與競爭。

五、商品之輸出入情形

由第二節的研析得知，商品進口比例的多寡，主要決定因素是關稅率的高低及是否有非關稅障礙。惟在局用電話交換機市場的輸出入情形較為特殊，無法逕以關稅率或非關稅障礙來解釋何以局用電話交換機進口比例為零。局用電話交換機的名目關稅率僅百分之十，且有百分之七·五的優惠關稅率，按第二節的推論，局用電話交換機的進口比例應較其他高關稅率之商品高。何以局用電話交換機進口比例為零呢？主要原因在於各國對局用電話交換機之功能要求各有不同，若為符合台灣地區市場需求，國外廠商則須投入相當龐大的研發經費，且在政府政策為維持三家三系統（註14）的情況下，每一系統的市場總值有限，使得國外事業爭取訂單的意願不高，導致目前國內局用電話交換機市場只有三家廠商，並具有優勢地位，可排除競爭。

如前述，在考量商品輸出入情形時，並不能僅檢視名目關稅率的高低，來判斷進出口是否容易。如乙烯即是名目關稅率零，但進口比例仍偏低即為著例；乙烯的進口比例，在八十年僅約百分之五，其主要的原因在於乙烯的化學性不穩定，為易

註14目前整個國際市場僅有6-7個系統，而美國、法國、義大利只使用3個系統，日本、韓國、英國、加拿大及比利時亦僅使用2個系統。

爆高危險性物質，需以裝設有高壓低溫的冷凍化學船為運輸工具，且進口後仍需準備特殊儲槽並安裝管線，所須成本偏高，因此在非必要的情況下，下游廠商不會自行進口乙烯，而以向中國石油（股）公司購買較為經濟，使得中國石油（股）公司具有規模經濟的成本優勢，成為一家獨大的供應商。

肆、結 論

公平交易法第十條第二項規定，公平交易委員會負有定期公告獨占事業之責。至於何謂獨占事業，按公平交易法第五條定義為，事業在某特定市場處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭，或二以上事業，實際上不為價格之競爭，而其全體之對外關係，具有前述之情形者。據此觀之，公平交易法定義之獨占事業顯與經濟學上市場中僅有唯一廠商始稱為獨佔之情況顯有差異。再者，由於公平交易法第五條對於獨占之定義，顯無法明確地判斷事業是否為獨占，於是公平交易法施行細則第三條明示須綜合考量事業在特定市場之占有率、其他特定商品在特定市場中時間及空間之替代可能性、事業影響特定市場價格之能力、他事業加入特定市場有無不易克服之困難、商品之輸出入情形以為判斷之準則。

公平會在審酌特定市場前述五款事項時，均按產業組織理論所述各項指標加以審慎的分析，並與業者面對面地溝通、了解，再經由專案小組會議、委員會議充分地討論確認獨占事業。本文，僅將公平會處理獨占事業公告作業事宜時如何認定獨占事業及相關作業準據予以一一地介紹，俾各界得以客觀認識公平會的審理標準，並進一步提出建言以供公平會將來改進或修正相關作業之參考。

參考文獻

- 1.周添城，“市場集中度、獨佔度與進出比率”，台北市銀月刊，第16卷，第8期，76年8月，第1~19頁。
- 2.周添城譯，“美國產業之結構、行爲、績效”，正中書局。
- 3.莊春發，“從市場定義檢討公平交易法草案有關獨佔的認定與結合的營制”，經濟研究30期，79年6月。
- 4.范建得、莊春發，“獨佔、結合、聯合市場力量之管制”，建新顧問（股）公司編印，81年4月。
- 5.薛琦、顏吉利、黃鴻、周添城、林純瓊，“產業經濟學—理論與實務”，正中書局，77年6月。
- 6.植草益著，邱榮輝譯，“產業組織論”，台灣經濟研究叢書之24，台經院，77年8月。
- 7.F.M. Scherer 著，蕭峰雄譯，“產業市場結構與經濟績效”，臺灣銀行經濟研究室編印，80年10月。
- 8.經濟部，“我國獨寡占商品市場結構及廠商行爲規範之研究”，80年6月。
- 9.公平交易委員會，“公平交易法論述系列”，82年1月。
- 10.公平交易委員會，“獨佔事業審查表”，82年1月。