

<<反垄断法中的量化问题研究>>

图书基本信息

书名：<<反垄断法中的量化问题研究>>

13位ISBN编号：9787511837134

10位ISBN编号：7511837131

出版时间：2012-7

出版时间：刘伟 法律出版社 (2012-07出版)

作者：刘伟

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<反垄断法中的量化问题研究>>

内容概要

《反垄断法中的量化问题研究》围绕反垄断法中相关市场界定的量化、市场势力衡量的量化和企业并购中的量化问题展开，对相关市场界定的原理、方法与衡量标准作了全面的论述，对民航、电信、银行等受管制行业的相关市场界定面临的难点进行了分析。

介绍了结构主义、新经验产业组织实证方法对市场势力衡量的方法，并基于投入产出表对我国制造业的买方垄断势力进行了度量。

重点分析了企业合并中的市场势力增加进行了度量，应用数据包络方法对外资并购我国啤酒企业是否导致市场势力增加进行了度量，借鉴美国反托拉斯法和欧盟竞争法在非横向合并控制方面的立法和司法实践经验，对我国反垄断法对纵向和混并购规制的量化问题和标准进行了分析。

<<反垄断法中的量化问题研究>>

作者简介

刘伟，华东政法大学副教授，经济学博士后。

<<反垄断法中的量化问题研究>>

书籍目录

第一章 导言 一、问题的提出 二、文献综述 三、研究内容与创新之处 第二章 相关市场界定的原理、方法与量化标准 第一节 相关市场界定的原则 第二节 相关市场界定的基本方法 一、相关产品市场界定的方法 二、相关地理市场界定的方法 第三章 相关市场界定在受管制行业的适用 第一节 电信业的相关市场界定分析 一、电信业的相关产品市场界定 二、电信业的相关地理市场界定 第二节 民航业的相关市场界定分析 一、民航业的相关产品市场界定 二、民航业的相关地理市场界定 第三节 银行业的相关市场界定分析 一、银行业的相关市场界定的争论 二、文献综述 三、方法、模型与数据 四、结论 第四节 银行卡业的相关市场界定分析 一、银行卡及银行卡产业的相关概念介绍 二、银行卡产业的运作机制 第四章 市场势力的衡量 第一节 结构主义对市场势力的衡量 一、衡量市场势力的基本方法 二、各国竞争法对市场势力的衡量标准 第二节 市场结构与厂商市场势力关系的实证检验 一、理论假说与模型设定 二、样本、数据与变量选择 三、实证结果及解释 四、结论与政策含义 第三节 基于事件分析法对市场势力的衡量 一、事件分析法概述 二、事件分析法对企业并购的市场势力假说的检验 三、事件分析法在垄断与价格卡特尔案中的应用 四、对我国反垄断法实施的启示 第四节 直接对市场势力的衡量：剩余需求弹性估计的方法 一、方法的提出与含义 二、方法的应用 三、方法评价 第五节 附属市场市场势力的衡量 一、在数码产品市场索尼公司是否具有市场支配地位 二、索尼公司是否构成直接的搭售 三、售后市场市场势力的经济学分析 四、结论 第五章 买方势力的衡量 第一节 竞争法对买方势力的评估和量化标准 一、买方垄断势力与买方抗衡势力 二、买方势力的评估和量化标准 三、竞争法对买方合谋的认定及规制 四、竞争法对并购中买方势力的评估和认定 五、对我国反垄断法实施的启示 第二节 我国制造业的买方势力度量 一、引言 二、模型构建与变量选择 三、实证结果及解释 四、结论与政策含义 第六章 企业合并中市场势力和效率衡量 第一节 横向并购的市场势力和效率衡量 一、连锁家电零售厂商并购的市场势力衡量 二、外资并购我国啤酒厂商的效率度量 三、横向并购的申报标准的量化 第二节 纵向并购的市场势力和效率衡量 一、纵向并购的市场势力的衡量 二、纵向并购的效率度量 三、纵向并购的反垄断执法规则 第三节 混合并购的市场势力和效率的衡量 一、混合并购的市场势力衡量 二、混合并购的绩效度量 三、混合并购的反垄断法规制 附录

<<反垄断法中的量化问题研究>>

章节摘录

版权页：一、在数码产品市场索尼公司是否具有市场支配地位 市场支配地位是《德国反对限制竞争法》和《欧洲经济共同体条约》使用的核心概念，对市场支配地位的分析几乎贯穿了所有反垄断法案件。

对市场支配地位的界定不同的学者有不同的观点，综合起来可以将对市场支配地位的界定分为两类：第一种观点认为，市场支配地位是指可以避免市场上之有效竞争，纵或遭遇竞争亦可轻易制敌不影响其实力，具此力量，行为是可以不必考虑其竞争者、供应者及需求者反映，随己意任意行事。

进而利用其主导地位，影响干预其他企业之行动，如认为必要时，更可将之排除于市场之外。

这一观点的典型代表是欧洲法院在1983年“Mecklin”案的判决中认为，市场支配地位是指“一个企业所享有的经济能力地位，这种能力地位能够使该企业无需考虑其竞争者、顾客和最终消费者的反应，而采取显著程度的独立行为，来妨害相关市场内有效竞争的维持。

”第二种观点从需求弹性角度出发定义，如美国《司法部并购指南》将市场支配地位定义为：“一个或多个公司将价格在一个显著的时间里维持在竞争水平之上的能力。

”Landes和Posner认为市场支配地位是一个公司（或者公司团体的联合行为）将价格维持在竞争水平之上，并不因在短期内失去很多的销售量，而导致无利可图。

市场力量可以用消费者的需求曲线斜率来说明：若果消费者需求曲线较陡峭，消费者即使在超过竞争水平的涨价幅度下，仍然不会过多地减少购买行为，卖方提高价格能够获得更高的利润，即如果一个公司将销售价格提高，使其高于其他提供相同商品或服务的价格后，并没有减少实质性的销售量，则该公司具有市场支配地位；否则说明其缺乏市场力量。

上述对市场支配地位的界定关键点是一个或几个企业对相关市场商品价格、数量等交易条件的控制能力，这种控制能力来源有多种，因此要认定一个经营者是否在相关市场上拥有支配地位，往往需要考察多方面因素从而得出一个综合性的分析判断，例如市场份额、市场进入障碍、垂直统一化程度、经营者及其竞争者的财力和技术条件等。

经营者在相关市场上的市场份额(market share)是欧美反垄断机关非常关注的一个指标。

因为市场份额具有一定的经济特性，可以成为信息不充分的现实环境中相对直观和容易获得的信息，以此为基础在综合考虑其他因素比较容易评判市场支配地位是否成立。

<<反垄断法中的量化问题研究>>

编辑推荐

《反垄断法中的量化问题研究》在充分借鉴国外反托拉斯经济学在市场势力衡量领域的相关理论和实证研究的基础上，一方面，采取跨学科的研究方法，结合我国已经公布并实施的反垄断法和相关案例如我国连锁家电两大巨头国美一永乐的合并案，通用收购德尔福案以及我国反垄断第一案四川德先科技有限公司诉上海索广电子有限公司和索尼株式会社案，运用经济计量技术、事件分析法、案例分析法，对企业合并中的市场势力和附属市场市场势力进行衡量。

另一方面，从反垄断立法的角度出发，对反垄断法的传统领域相关市场界定的原理和方法进行梳理，重点比较了企业合并案与垄断案中进行相关市场界定的差异，对国外反垄断法市场界定在公用事业、银行业和银行卡业适用方面的司法实践进行了总结，对我国的反垄断法中相关市场界定如何量化提出了自己的建议。

<<反垄断法中的量化问题研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>