

出國報告（出國類別：開會）

出席「競爭經濟學(OECD 韓國政策中心
競爭計畫)研討會」

服務機關：公平交易委員會

姓名職稱：張志弘 視察

派赴國家：印尼

出國期間：113 年 10 月 16 日至 17 日

報告日期：113 年 11 月 12 日

摘要

本報告概述本會派員參與 OECD 韓國政策中心競爭計畫(OECD Korea Policy Center Competition Program)在印尼雅加達舉辦之 2024 年競爭經濟學(competition economics)研討會相關情形，本研討會議題涵蓋競爭法經濟學之基本原則，包括使用經濟工具來界定相關市場、結合之競爭效果經濟分析、卡特爾案件分析中使用之間接證據，以及數位平臺之經濟分析等議題，會中邀請歐盟執委會競爭法經濟專家、美國司法部、日本公平交易委員會、韓國公平交易委員會及印尼競爭委員會等專家及官員分享相關議題之見解或執法領域之經驗。謹擇要摘錄重要場次出席與會專家學者等報告之與談重點，並提出參與本次會議之心得及建議。

目錄

| | | |
|-----|--|----|
| 壹、 | 會議目的..... | 1 |
| 貳、 | 會議簡介..... | 1 |
| 參、 | 會議過程：..... | 1 |
| 肆、 | 心得與建議..... | 13 |
| 附錄： | 2024 年競爭經濟學(OECD 韓國政策中心競爭計畫)研討會議程..... | 13 |

壹、 會議目的

本次會議由 OECD 韓國政策中心競爭計畫及印尼競爭委員會共同舉辦，研討會為期 2 天，自 113 年 10 月 16 日至 10 月 17 日，主題為「競爭經濟學」(competition economics)，以專題演講及分組個案討論(case studies)方式，就使用經濟工具來界定相關市場、結合之競爭效果經濟分析、卡特爾案件分析中使用之間接證據，以及數位平臺之經濟分析等議題進行研討。

貳、 會議簡介

- 一、 會議名稱：2024 年競爭經濟學研討會。
- 二、 主辦單位：OECD 韓國政策中心競爭計畫、印尼競爭委員會。
- 三、 會議時間：2024 年 10 月 16 日至 17 日，共 2 天。
- 四、 會議地點：印尼雅加達
- 五、 與會者：OECD、美國、歐盟、日本、韓國、印尼、我國、新加坡、菲律賓、汶萊、香港、馬來西亞、柬埔寨、蒙古等各國專家及執法人員。
- 六、 進行方式：會議主要以專題演講進行，與會成員需全程參與討論。

參、 會議過程：

各場專題演講重點內容摘要如下：

- 一、「經濟分析在競爭法個案之運用：整體回顧(The Use of Economic Analysis in Competition Cases: Overview)」：本場次演講者為法國高等經濟商業學院(ESSEC Business School) Frédéric Jenny 教授主講，其演講重點如下：
 - (一) 競爭法之核心目標在於保護消費者福利，該目標主要透過維護市場競爭機制來實現。在實務執行上，競爭法執法機關需要採取多管齊下之方式，包括打擊具市場支配地位事業之濫用市場力行為、防止排他性行為、管制可能導致市場支配或限制競爭之結合，以及監控可能扭曲競爭之國家援助等措施。
 - (二) 為有效執行前揭任務，首要工作為正確界定相關市場。在市場界定方面，現代競爭法分析普遍採用 SSNIP 測試（假設性獨占者檢測）作為主要工具。這個測試主要評估當價格上漲 5%-10%時，消費者是否會轉向其他產品，藉此判斷產品間之替代關係。除直接價格替代性外，還需要考慮產品特性、使用目的以及供給替代性等多個面向。

- (三) 於確認相關市場後，下一步即為評估市場力量。此通常自計算勒納指數（Lerner Index）開始，該指數透過價格與邊際成本之差距來衡量事業之市場力量。此外，市場占有率分析、進入障礙評估、以及買方制衡力量之分析也是不可或缺之環節。特別值得注意的是，高市場占有率本身並不必然等同於具有市場支配地位，還需要綜合考量其他結構性因素。
- (四) 在濫用市場支配地位之分析中，同等效率競爭者測試（Equally Efficient Firm Test）是一個重要之評估工具。此測試之核心議題是：被檢視之行為是否會排除效率相當或更高之競爭者？如果答案為是，則該行為很可能構成濫用。而濫用行為主要可分為剝削性濫用（如不合理定價）和排他性濫用（如掠奪性定價、忠誠折扣）兩大類，此外還包括捆綁銷售、搭售等行為類型。
- (五) 在結合管制方面，水平結合之分析重點包括評估單方效果（結合後事業單獨提高價格之能力）和共同效果（促進競爭者之間協調之可能性）。同時還需要考量市場進入障礙和效率增加之效果。對於垂直結合和多角化結合，主要關注點在於市場力量之槓桿效應和可能之封鎖效果，同時權衡考量限制競爭效果與效率之提升。
- (六) 在執法過程中，經濟證據之品質至關重要。提交之經濟分析必須確保理論與案件事實相符，同時要清楚說明數據限制，進行必要之分析。專家證人之可信度也是關鍵，需要保持獨立性、避免偏見，確保分析可靠性和相關性，所有結論都必須有充分之證據支持。

一、「間接證據在卡特爾案件之運用 (The Use of Indirect Evidence in Cartels Analysis)」：本場次演講者為 OECD 競爭法專家 Tonazzi Alessandra 博士主講，其演講重點如下：

- (一) 在競爭法之各種違法行為中，卡特爾被公認為最嚴重的反競爭行為。從芝加哥學派到新潮流之反托拉斯思想，都一致認為卡特爾對市場競爭具有嚴重的危害性。正如亞當斯密在 1776 年就指出：「同行業者很少聚會，即使是為了尋歡作樂，談話最後總會演變成針對公眾的陰謀，或是某種抬高價格的計謀。」
- (二) 在實務執法中，對於水平協議之規範需要區分不同類型。並非所有之水

平協議都具有限制競爭之性質，執法機關通常將關注重點放在核心卡特爾（hardcore cartels）上。在歐盟競爭法體系中，雖然沒有「當然違法」的概念，但確立「目的性限制」（restriction by object）之規範架構，這包括固定價格、分割市場、交換降低未來行為不確定性的信息、限制產出等行為。然而，即使是被歸類為目的性限制的協議，在某些情況下也可能產生效率效益。這使得目的性限制與效果性限制之間之界限並非絕對。在實務上，往往需要考量協議之內容、目標，以及其所處之經濟和法律環境。

(三) 在識別卡特爾行為時，一個重要的挑戰是區分明示勾結和默示勾結。當市場出現異常之平行行為時，執法機關需要證明這種現象是源於限制競爭之協議，而非理性之單方價格調整。此需證明存在具有實質有意義之接觸（qualified contacts），否則就必須證明市場異常無法用其他原因解釋。值得注意的是，默示勾結本身並不違反競爭法，只能通過個案調查等方式釐清事實。

(四) 訊息交換在卡特爾分析中扮演關鍵角色。執法機關需要評估訊息交換之頻率、細密程度、敏感性、時效性（歷史、現在或未來數據），以及訊息是否可從公開管道獲得。為主動發現卡特爾，執法機關發展出結構性和行為性偵測工具。結構性偵測關注市場特徵，如集中度、供應商數量、成本結構、產品同質性等；行為性偵測則分析市場參與者之具體行為。該工具雖然有助於發現可疑情況，但也存在假陽性和假陰性之風險，且往往需要大量數據辨識。

(五) 寬恕政策是打擊卡特爾之重要工具，它透過破壞卡特爾之穩定性來增強執法效果。透過給予首個揭發卡特爾的成員減免處罰之誘因，能夠有效提高卡特爾被發現之機率。近年來，許多國家之寬恕申請案件顯著增加，證明此政策之有效性。

(六) 最後，隨著科技發展，定價演算法對卡特爾行為之影響日益受到關注。一方面，演算法可能使卡特爾更穩定、更容易形成；另一方面，當定價決策完全由深度學習演算法做出時，如何評估和規範這種行為也帶來了新的挑戰。這些問題都需要競爭法與時俱進，發展出適應數位時代之執

法工具和分析架構。

二、「經濟分析方法在市場界定之運用(The Use of Economic Instruments to Define Relevant Markets)」：本場次演講者為美國司法部官員 Aditi Mehta，其演講重點如下：

(一) 市場界定是競爭分析中之關鍵步驟，其核心在於正確識別相關市場之範圍和競爭條件。在實務操作中，主要需要解決四個基本問題：哪些替代產品應該被納入市場範圍、是否需要依據目標客戶群體來界定市場、地理範圍如何界定（是基於事業位置還是客戶位置），以及如何實施量化之假設性獨占者檢測。Aditi Mehta 透過以下以幾個案例來說明市場界定工具之實際應用：

1 Anthem/Cigna 案（2016）- 保險市場界定：在這起大型醫療保險公司合併案中，關鍵市場被界定為針對全國性大企業之健康保險銷售市場。核心問題是評估大型雇主是否有能力停止提供保險、自行供給或減少保險購買量。執法機關主要運用了臨界損失分析（Critical Loss Analysis）作為評估工具，具體包括：

- (1) 根據利潤率數據計算使小幅但顯著之非暫時性價格上漲（SSNIP）變得無利可圖所需之臨界損失。
- (2) 將計算出的臨界損失與學術研究中的實際損失估計進行比較。

2 Intercontinental Bakeries/Continental Baking（1995）- 麵包市場界定：本案涉及零售食品店銷售的白麵包(white pan bread)市場，需要在多個地理區域（洛杉磯、聖地亞哥、芝加哥、密爾瓦基等地區）進行市場界定。核心問題是確定深色麵包(dark bread)是否應被視為替代品。分析工具包括：

- (1) 超市銷售數據分析
- (2) 價格差異研究
- (3) 量化的假設性獨占者檢測
- (4) 結合模擬分析

3 Dean Foods/Foremost Farms 案（2009）- 乳製品市場界定：本案例涉及學校牛奶市場（威斯康辛州和北密西根州的每個學區）和液態奶

市場（威斯康辛州、北密西根州和伊利諾伊州東北部）的界定。關鍵問題是確定加工廠能夠在多大範圍內進行有效競爭。主要分析工具包括：

- (1) 學校投標數據分析
- (2) 運輸成本評估
- (3) 該等數據有助於理解地理市場的實際範圍。

4 Google 搜尋服務案 - 數位市場界定：在涉及數位平臺的案件中，市場界定面臨新的挑戰。本案中相關市場被界定為美國之一般搜尋服務市場，核心問題包括：

- (1) 專業搜尋引擎是否應納入相關市場
- (2) 如何對免費產品進行 SSNIP 測試
- (3) 如何避免玻璃紙謬誤（Cellophane Fallacy）

面對這些挑戰，執法機關主要依賴：

- (1) 文件分析
- (2) Brown Shoe 因素評估
- (3) 實質市場力量的直接證據分析

(二) 在不同類型的市場中，需要根據具體情況選擇適當的分析工具。特別是在數位經濟時代，傳統的市場界定工具面臨新的挑戰，需要不斷創新和調整分析方法。執法機關必須在保持分析嚴謹性的同時，確保工具的實用性和適應性。

三、「結合競爭效果經濟分析概述(Economic Analysis of The Competitive Effects of Mergers: Horizontal, Vertical and Conglomerate Mergers)」：本場次第 1 位演講者為歐盟執委會經濟學家 David Kovo，其演講重點如下：

(一) 在現代競爭法執法實務中，結合案之競爭效果分析已發展出一套系統性之分析架構。這個架構不僅需要考量傳統的市場結構因素，還要評估各種可能之競爭效果，並權衡潛在之效率提升。

(二) 任何結合分析都始於市場界定和初步的競爭評估。這包括計算市場占有率和市場集中度等基本指標。然而，這些指標僅是分析的起點，而非終點。現代結合分析更著重於深入理解結合可能帶來之具體競爭影響，這

些影響會因結合類型（水平、垂直或多角化）、相關市場特徵（同質性或差異化產品、投標市場特性）以及競爭之本質（價格競爭或創新競爭）而有所差異。

- (三) 在差異化產品市場中，結合後之價格效應分析特別重要。這種分析建立在一個基本的經濟直覺之上：當兩家競爭事業結合時，原本相互競爭所帶來的制約作用將會減弱。具體來說，在結合前，任何一家企業在考慮提高價格時都必須權衡兩個因素：一方面，對既有客戶可以收取更高的價格；另一方面，部分客戶可能會流失至競爭對手消費。然而，在結合後，由於流失的客戶部分會轉向原本之競爭對手（現在之結合方），這種銷售損失在結合事業層面上可以被「收回」，因此減弱價格之制約。
- (四) 在創新密集型產業中，結合分析需要特別關注創新競爭的維度。這在製藥、高科技等產業尤其重要。結合可能透過兩種主要機制影響創新競爭：一是直接降低創新投入，具體表現為研發項目之中止或延遲；二是減少未來產品市場之競爭，具體表現為研發方向的重新調整等。分析這類影響需要特殊之工具，包括專利分析和研發路徑分析。專利分析需要特別注意專利質量（通過引用次數等指標衡量），而非僅簡單計算專利數量。研發路徑分析則需要評估當前研究方向之重疊程度。
- (五) 在同質產品市場中，分析重點為供給面因素。與差異化產品市場不同，這類市場之市場力量主要來自生產能力和成本優勢。分析需要特別關注競爭對手的結合產能是否足以滿足市場需求，以及運輸成本對競爭的影響。在具有明顯地理差異化特徵的市場中，還需要進行詳細的空間競爭分析，包括使用等時線分析來評估不同地理位置之客戶受影響程度。
- (六) 完整的結合評估還需要考慮各種抗衡因素，如市場參進之可能性、現有競爭者擴張或調整的能力、買方力量的存在，以及結合可能帶來之效率提升。在某些情況下，還需要評估垂危事業抗辯之合理性，並考慮沒有結合情況下之可能發展（反事實分析）。最後，如果發現競爭問題，還需要評估各種可能的有效補救措施。

四、「結合競爭效果經濟分析概述(Economic Analysis of the Competitive Effects of Mergers: Horizontal, Vertical and Conglomerate Mergers)」：本場次第 2 位演

講者為韓國公平會 Hwa Ryung Lee，其演講重點如下：

- (一) 在現代競爭法執法實務中，結合案的分析架構主要區分為水平結合與非水平結合，後者包含垂直與多角化結合。儘管非水平結合通常被認為比水平結合較不具問題性，但執法機關仍需要謹慎評估其可能產生之競爭疑慮，建立系統性之分析方法。
- (二) 結合分析必須從辨識結合型態與相關市場開始著手。水平結合案件中，由於涉及同一相關市場之直接競爭對手，其主要之競爭疑慮在於直接競爭約束之消除。反觀非水平結合，不論是涉及上下游市場的垂直結合，或是涉及不同但相關市場之多角化結合，其競爭疑慮主要聚焦於市場封鎖效果與減損競爭之可能，故需要更細緻的分析架構。
- (三) 在垂直結合的分析中，競爭法主管機關採用「能力-誘因-效果」之分析架構，這是一個循序漸進的評估方法。首先評估結合事業是否確實掌控關鍵設施，這些資產可能是重要之投入要素或關鍵客戶群；接著分析結合事業採取封鎖策略是否具商業上的合理性，此須權衡上游市場可能之營收損失與下游市場潛在之獲利增加；最後則是評估封鎖策略對整體市場競爭之實際影響，同時也要將可能之效率提升效果納入考量。
- (四) 垂直結合可能產生的封鎖效果主要可分為投入封鎖與客戶封鎖兩種型態。投入封鎖是指上游結合事業可能拒絕供應或提高競爭對手的投入成本；客戶封鎖則是指下游結合事業可能拒絕購買或降低向競爭對手採購的條件。這些封鎖效果可能是完全性的，如完全拒絕交易；也可能是部分性的，例如透過各種方式提高對手之交易成本。
- (五) 在多角化結合的分析中，競爭法主管機關主要關注幾個面向：首先是搭售與綑綁銷售的可能性，結合事業可能試圖將其在某一市場的市場力量延伸至另一市場；其次是可能降低產品間互通性(interoperability)，這種情況可以用類似垂直結合的分析架構來評估；此外，還需要評估是否會消除潛在之競爭者，以及結合後取得競爭敏感性資訊可能產生之影響。

五、結合案例分享(Case Studies on Mergers)第 1 場次演講者為韓國公平會 Hwaryung Lee，重點如下：

- (一) 本案例分析了韓國兩大外送平臺的結合案： Delivery Hero (DH)與

Woowa Brothers 結合案。DH 經營韓國第二大外送平臺 Yogiyo，而 Woowa Brothers 則經營最大的外送平臺 Baemin。

- (二) 在市場界定方面，主管機關認定之主要相關市場為外送平臺市場。於外送平臺市場之界定上，考量雙邊市場，採用了 SSNIP 測試及嚴謹之經濟分析。在地理市場方面，外送平臺被界定為全國市場。
- (三) 本案涉及水平結合與多角化結合的雙重效果。主要競爭疑慮來自消除水平面向之直接競爭，以及多角化面向可能產生之槓桿效果與進入障礙提升。結合後，合併事業的市場占有率預計將超過 90%，顯示市場集中度相當高。
- (四) 主管機關特別關注結合對消費者端與餐廳端的單方效果。透過消費者調查發現，Baemin 與 Yogiyo 是彼此最直接的競爭對手，移轉率分析顯示兩平臺間具高度之替代性。在單方效果方面，透過折扣券數量與市占率之相關性分析，以及 GUPPI(價格上漲壓力指數)的計算，都顯示結合後可能導致消費者福利減少。
- (五) 韓國公平交易委員會(KFTC)認定本案可能實質減損市場競爭，因此採取結構性補救措施，要求 DH 必須出售其在 Yogiyo 的持股，作為結合的附款條件。這個案例展現如何運用經濟分析工具來評估數位平臺之結合效果，特別於考量雙邊市場特性時之分析方法。

六、結合案例分享(Case Studies on Mergers)第 2 場次演講者為日本公平會 Shungo Omiya，重點如下：

- (一) 本場次聚焦於零售業結合案之經濟分析，主要以日本公平交易委員會(JFTC)處理之案例：全家便利商店(FamilyMart)與 Uny 的結合案(2015 年)、松本清(Matsumotokiyoshi)與 Cocokara-fine 的藥妝店結合案(2020 年)等案件。
- (二) 零售業結合案分析具有幾個特殊性質：通常涉及多個店面和地方市場，需要同時分析多個市場；商店內有大量商品，即使有 POS 機資料也難以分析所有價格和數量；且難以在每個相關市場進行消費者訪談。因此，即使質化分析也往往僅能透過訪談競爭對手並分析內部文件等資料進行。

(三) 在零售業結合之分析重點上，全國銷售排名並非主要考量，因為競爭主要發生在地方層級。關鍵問題包括：競爭者數量如何影響當事人之定價策略、結合當事人間之直接競爭是否重要、市場範圍大小、類似業態之競爭壓力，以及是否需要細分業務類別等。主要的競爭損害理論在於評估結合是否會減損某些地方市場之水平競爭，進而使結合事業得以提高商品價格。

(四) JFTC 在分析這類案件時，主要採用兩種方法：

- 1 店面毛利率之迴歸分析：以此作為價格分析之替代方案
- 2 GUPPI(價格上漲壓力指數)分析：特別適用於差異化產品之情形。

(五) 在松本清與 Cocokara-fine 的案例中，透過迴歸分析發現，當競爭者數量增加時，松本清的毛利率會下降 0.4 個百分點。這種分析需要大量數據，包括 5 年之月總店損益資訊、分店損益資訊、競爭店面之資訊與距離等。然而，這種分析也面臨一些技術性挑戰，如內生性問題和線上零售競爭壓力難以量化等。

(六) 在全家便利商店與 Uny 的結合案中，JFTC 運用 GUPPI 進行分析。具體做法是：

- 1 將 863 個地區依據 500 公尺半徑內的競爭情況（結合後從 3 間店變成 2 店或從 2 間店變成 1 間店）以及 500 公尺至 1 公里半徑內是否有競爭者分為四組。
- 2 在隨機選擇之地區進行消費者調查
- 3 分析結果顯示，在 500 公尺半徑內結合後從 2 間店變成 1 間店且 500 公尺至 1 公里半徑內無競爭者的地區，GUPPI 接近 5%（競爭疑慮的門檻值）
- 4 最終篩選出 68 個需要關注之地區，並經過進一步分析後縮小至 3 個地區，並在這些地區進行額外之消費者調查。

(七) 日本案例展示競爭法在處理零售業結合時，如何運用經濟分析工具來評估競爭效果，特別於考量地理市場特性時之分析方法。

七、數位市場之經濟分析議題 (Issues in Economic Analysis of Digital Markets)係由美國 DOJ 官員 Aditi Mehta 演講，重點如下：

(一) 數位市場可分為四大類型：

- 1 作業系統與應用程式商店：主要提供技術平臺讓開發者建構軟體並銷售給用戶。
- 2 市集與交易所：作為買賣雙方的雙邊市場，透過交易費用獲利。
- 3 廣告支持的媒體與網站：透過提供服務聚集用戶，再向廣告商收費或提供訂閱服務。
- 4 交易系統：為用戶和商家提供支付服務，主要透過向商家收取交易手續費獲利。

(二) 在數位市場分析中，有幾個關鍵的經濟概念需要特別關注：規模經濟帶來之品質或成本優勢、網路效應使平臺價值隨參與者增加而提升、多棲（Multi-homing）現象，即參與者同時使用多個平臺，以及去中介化（Disintermediation）之風險，也就是平臺可能被排除在連結用戶的主要角色之外。

(三) 數位市場中之競爭動態主要來自四個方向：競爭平臺、中介機構、進入策略和買方力量。關鍵問題在於：現有平臺是否能夠阻礙競爭對手之競爭、被中介化現象是否明顯存在致減少對平臺之依賴、參進者如何解決「雞生蛋蛋生雞」的問題¹，以及平臺單邊之用戶是否能夠帶動另一邊之用戶移轉到競爭對手之平臺。

(四) 在進入策略方面，由於規模經濟和網路效應的存在，新進入者面臨相當大的挑戰。可能的策略包括：首先進入利基市場、爭取早期使用者和意見領袖、提供更好之品質、技術傾覆，或從相鄰市場進入。這些策略都試圖解決數位市場特有的進入障礙。

(五) 在評估數位市場之結合案時，需要考慮多個關鍵問題：結合是否減少平臺間的競爭、是否減少平臺上之競爭、是否減少取代現有平臺的競爭可能性、是否提高進入障礙或轉換成本、是否干擾客戶使用競爭替代方案的能力、是否剝奪競爭者的規模經濟或網路效應優勢，以及是否消除潛在之競爭威脅。

¹ 平臺需要同時吸引兩邊之使用者（例如買方和賣方），但每一邊的使用者都在等待另一邊先加入的困境。

八、評估傳統市場及數位市場之市場力量(Assessing Market Power in Traditional and Digital Markets)第 1 場次係由歐盟經濟學家 David Kovo 演講，重點如下：

- (一) 市場力量被定義為事業能夠在一段時間內將價格維持在競爭水準之上（或將產出、產品品質、多樣性或創新維持在競爭水準之下）之能力。而市場支配地位則是指事業具有相當的經濟實力，使其能夠防止有效競爭之維持，並能在相當程度上獨立於其競爭者、客戶及最終消費者而行動。
- (二) 在評估市場力量時，主要包含三個步驟：首先界定相關市場（產品及地理市場），其次計算市場占有率（作為初步指標），最後檢視市場占有率是否高估或低估市場力量。歐盟執委會在結合案中採用的市占率門檻為：超過 50%推定具有支配地位、40-50%需個案判斷但較可能有問題(未有明文)、25-40%需個案判斷但較不可能有問題(未有明文)、低於 25%推定不會有問題。至於濫用獨占力方面則為：超過 70%視為具有支配力、超過 50%推定為具有支配力、低於 40%視為可能不具有支配力，但仍依個案判定。
- (三) 除市場占有率外，評估市場力量還需考慮多項因素：產品差異化程度（產品差異化越高，消費者越不容易轉換，市場力量越強）；產能限制（競爭者產能受限時，即使產品同質，消費者也可能無法轉換）；進入/擴張障礙（包括法規障礙、高固定成本、需求與供給面劣勢、關鍵設施控制等）；以及買方力量（透過規模、商業重要性及轉換供應商能力等）。
- (四) 在數位市場中，雖然傳統的市場力量指標仍然適用，但需要謹慎解釋，同時還需要考慮新的影響因素，如網路效應、轉換成本、資料累積、生態系統效應等。在計算市場占有率時，可能的衡量指標包括用戶比例（活躍用戶、付費用戶等）、使用比例（交易數、使用時間等）和營收比例等，但每種指標都有其限制。
- (五) 數位市場的進入障礙具有特殊性：一方面，市場特性傾向於產生一個主導之既有業者；另一方面，這些特性使得挑戰主導者變得極為困難。主要的進入障礙包括：供給面的規模經濟（高固定成本、低邊際成本）、

需求面之網路效應（使用者效用隨平臺用戶增加而提升）、轉換成本（資料可攜性、互通性限制）、資料累積優勢，以及範疇經濟與生態系統效應。

- (六) 在評估數位平臺的獲利能力時，需要特別注意：雖然顯著之經濟利潤通常表示具有市場力量，但缺乏利潤或虧損並不一定代表缺乏市場力量。這是因為平臺可能採取跨邊際之補貼策略，或計劃在後期才開始獲利。因此，理解平臺之商業模式和變現計畫變得特別重要。這些特殊性都使得數位市場的市場力量評估比傳統市場更為複雜。

九、評估傳統市場及數位市場之市場力量(Assessing Market Power in Traditional and Digital Markets)第2場次係由日本公平會官員 Shungo Omiya 演講，重點如下：

(一) 評估方法主要包括以下工具：

- 1 UPP (向上價格壓力指數)：評估結合後是否有提高價格之誘因
- 2 GUPPI (總向上價格壓力指數)：不考慮結合效率之毛指標，通常以5%作為競爭疑慮之門檻
- 3 CMCR (補償性邊際成本降低)：計算需要多少成本降低才能抵消結合後的價格上漲誘因
- 4 IPR (說明性價格上漲)和結合模擬：前者只關注結合當事人的價格變化，後者呈現競爭者之價格反應

(二) 移轉率(Diversion Ratio)分析在這些工具中扮演重要角色。獲取移轉率的方法包括：

- 1 消費者調查：詢問價格上漲或商品無法取得時之選擇。
- 2 自然實驗：分析特定事件前後之消費者行為。
- 3 移轉資料：分析消費者過去之移轉行為。
- 4 市場占有率：同質性假設。
- 5 需求估計：最嚴謹但最難執行。

(三) 在數位市場評估方面，傳統市場的分析技術仍然有用，但面臨一些特殊挑戰：

- 1 零價格或負價格的雙邊市場情況

2 資料議題：雖然數位事業擁有大量資料，但能用於競爭分析的可能很有限。

3 產業變化快速

4 資料規模龐大但可能只有小部分有用

(四) 在使用自然實驗時需要特別注意：事件效果是否類似於 SSNIP 測試、效果是否具有同質性、分析假設是否成立等。同時也建議關注 OECD 競爭相關文獻，因為這些文獻通常提供實務和學術議題之全面性討論。

肆、心得與建議

一、本次 OECD 舉辦之競爭研討會，匯集各國競爭法主管機關之執法經驗，特別著重於數位經濟時代下競爭法之新挑戰。綜觀各國專家之分享，可以觀察到競爭法執法正面臨重大轉型，尤其在演算法定價可能促進勾結、數位平臺市場力量評估複雜化，以及雙邊市場特性需要新分析工具等面向。

二、面對該等轉變，建議我國競爭法主管機關可以從幾個面向著手強化執法能量。首先，在分析工具方面，應加強經濟分析之專業能力，可能包括提升對應單位之行政位階、增加專門經濟分析人員之員額及相對應之資源、建立數位市場分析之專業知識庫，以及投資必要之資訊設備以處理大數據分析。另於執法實務層面，應加強證據蒐集與分析能力。包括發展數位證據之蒐集能力、加強數據資料分析之能力，以及強化對演算法之鑑識能力。此外亦需運用多元之經濟分析工具，重視質化與量化證據之整合，提升整體執法案件之品質。

附錄：2024 年競爭經濟學(OECD 韓國政策中心競爭計畫)研討會議程

Competition Programme OECD-Korea Policy Centre

Workshop on Competition Economics



Jakarta, Indonesia



16-17 October 2024

The workshop will cover the fundamentals of economics for competition law, in addition to key special topics such as instruments to define relevant markets, economics of digital platforms,. The main audience is senior and mid-level competition enforcers from the region

Agenda

DAY 1 – Wednesday 16 October

| | |
|-------------|---|
| 09:00-09:20 | OPENING REMARKS <ul style="list-style-type: none">Mr. Mohammad Reza, Commissioner, KPPUMs. Alessandra Tonazzi (Senior Competition Expert, OECD)Mr. Jongbae Park (Director General, OECD KPC Competition Programme) |
| 09:20-09:30 | INTRODUCTION TO THE OECD-KOREA POLICY CENTRE (Video) |
| 09:30-09:40 | Group Photo Session (including VIPs, and participants) |
| 09:40-10:00 | Participants briefly introduce themselves and their agency to the group |
| 10:00-11:00 | The Use Of Economic Analysis In Competition Cases: Overview <ul style="list-style-type: none">Mr. Frédéric Jenny, Chairman, Competition Committee, OECD |
| 11:00-11:10 | COFFEE BREAK |
| 11:10-11:30 | The Use of Indirect Evidence in Enforcement Proceeding <ul style="list-style-type: none">Dr. Eugenia Mardanugraha, Commissioner, KPPU |
| 11:30-12:30 | The Use of Economic Instruments to Define Relevant Markets <ul style="list-style-type: none">Ms. Aditi Mehta, Economics Director of Enforcement, US Department of JusticeMs. Maria Dominique A. Lucenario, Senior Economist from the Philippine Competition Commission Economics Office |
| 12:30-13:30 | LUNCH |

| | |
|-----------------------------------|--|
| 13:30-14:30 | Market Definition – Hypothetical Exercise |
| 14:30-14:40 | COFFEE BREAK |
| 14:40-16:00 | <p>Economic Analysis of the Competitive Effects of Mergers: Horizontal, Vertical and Conglomerate Mergers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mr. David Kovo, Chief Economist Team, DG Comp • Ms. Hwaryung Lee, Director, KFTC |
| 16:00-17:00 | Merger Analysis – Hypothetical Exercise |
| 17:00-17:40 | <p>CASE STUDIES on MERGERS</p> <p>Presentation by Ms. Hwaryung Lee, Director at the KFTC</p> <p>Presentation by Mr. Shungo Omiya, Deputy Director, Mergers and Acquisitions Division, JFTC</p> |
| 18:00-20:00 | Welcoming Dinner |
| DAY 2- Thursday 17 October | |
| 09:30-10:30 | <p>The Use of Indirect Evidence in Cartels analysis: Tacit vs. Explicit Collusion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ms. Alessandra Tonazzi, Senior Competition Expert, OECD |
| 10:30-10:40 | COFFEE BREAK |
| 10:40-12:00 | <p>Issues in Economic Analysis of Digital Markets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ms. Aditi Mehta, Economics Director of Enforcement, US Department of Justice |
| 12:00-13:30 | LUNCH |
| 13:30-14:30 | <p>Assessing Market Power in Traditional and Digital Markets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mr. David Kovo, Chief Economist Team, DG Comp • Mr. Shungo Omiya, Deputy Director, Mergers and Acquisitions Division, JFTC |
| 14:30-15:50 | <p>CASE STUDIES: Participating Country from Asia-Pacific Region</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mr. Denny Julian Risakotta, Investigator, KPPU |
| 15:50-16:00 | COFFEE BREAK |
| 16:00-16:30 | Wrap-up Session |
| 16:30-17:00 | <p>CLOSING CEREMONY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ms. Alessandra Tonazzi (Senior Competition Expert, OECD) • Mr. Jongbae Park (Director General, OECD KPC Competition Programme) • Certificate Granting |