



第十一章

反垄断法律制度



第十一章 反垄断法律制度

【考情分析】

本章属于一般性章节，最近三年平均分值为5分，题型全部为客观题。本章复习难度不大，重在记忆。2024年本章新增“反垄断约谈制度”、另有“横向垄断协议”、“滥用市场支配地位行为”、“经营者集中”、“行政垄断”等具体内容表述涉及调整。



第十一章 反垄断法律制度

第一单元 反垄断法律制度概述

第二单元 垄断协议

第三单元 滥用市场支配地位

第四单元 经营者集中

第五单元 行政垄断



第一单元

反垄断法律制度概述



第一单元 反垄断法律制度概述

一、反垄断法的适用范围

1、《反垄断法》的立法宗旨

《反垄断法》的立法宗旨是**预防**和**制止**垄断行为，保护市场公平竞争，鼓励创新，提高经济运行效率，维护消费者利益和社会公共利益，促进社会主义市场经济健康发展。其中，**保护竞争**是《反垄断法》最基本、最直接的立法目标。



第一单元 反垄断法律制度概述

【例-单选题】反垄断法律制度最基本、最直接的立法目标是（ ）。

- A. 提高经济运行效率
- B. 维护消费者利益
- C. 维护社会公共利益
- D. 保护竞争



第一单元 反垄断法律制度概述

答案：D

解析：保护竞争是《反垄断法》最基本、最直接的立法目标。



第一单元 反垄断法律制度概述

2、反垄断法的适用范围

(1) 中华人民共和国**境内**经济活动中的垄断行为，适用本法；（属地原则）

(2) 中华人民共和国**境外**的垄断行为，对**境内**市场竞争产生排除、限制影响的，适用本法。（效果原则）

【举例】“可口”，“百事”可乐都属于境外美国企业，二者如果合并了，属于经营者集中，对国内碳酸饮料市场产生了较大影响，导致国内企业“健力宝”经营困难，也适用于本法。



第一单元 反垄断法律制度概述

【例-单选题】根据反垄断法律制度的规定，我国《反垄断法》适用的地域范围的确定原则是（ ）。

- A. 属人原则
- B. 属地原则
- C. 属人原则+效果原则
- D. 属地原则+效果原则



第一单元 反垄断法律制度概述

答案：D

解析：我国《反垄断法》适用的地域范围的确定原则为：

属地原则+效果原则。



第一单元 反垄断法律制度概述

【例-单选题】《反垄断法》规定：“中华人民共和国境外的垄断行为，对境内市场竞争产生排除、限制影响的，适用本法。”该规定所确定的适用原则是（ ）。

- A. 属地原则
- B. 属人原则
- C. 普遍原则
- D. 效果原则



第一单元 反垄断法律制度概述

答案：D

解析：“中华人民共和国境外的垄断行为，对境内市场竞争产生排除、限制影响的，适用本法。”属于效果原则。



第一单元 反垄断法律制度概述

3、《反垄断法》适用的主体和行为类型

主体	行为类型
经营者 (自然人、法人和其他组织)	(1) 经营者达成 垄断协议 。 (2) 滥用市场支配地位 (取得市场支配地位不算)。 (3) 具有或者可能具有 排除、限制 竞争效果的经营者集中。
行业协会	行业协会有时也会参与组织实施诸如“ 价格联盟 ”之类的垄断行为。
行政主体	滥用行政权力 排除、限制竞争行为 (民政局办理结婚证, 指定去**照相馆拍照)。



第一单元 反垄断法律制度概述

4、反垄断法的适用除外

(1) 知识产权的正当行使；

【举例】孙老师经过辛苦研发，发明了一项“秃顶生发”技术专利，凭借该专利成为了美发领导者。并不属于反垄断法所禁止的。

(2) 农业生产中的联合或者协同行为。

【解释】为了农民粮食都卖个好价格，农业专业合作社把农民联合到一块，对外给出一个统一的价格，从而取得一定的竞争地位。并不属于反垄断法所禁止的。



第一单元 反垄断法律制度概述

(3) 对于铁路、石油、电信、电网、烟草等重点行业，国家通过立法赋予其垄断性经营权。（国家赋予垄断经营权的行业）

【注意】国有垄断企业从事垄断协议、滥用市场支配地位行为，或者从事可能排除、限制竞争的经营者集中行为，同样适用《反垄断法》。



第一单元 反垄断法律制度概述

【例-单选题】下列垄断行为中，属于《反垄断法》适用除外的是（ ）。

- A. 农业生产中的滥用市场支配地位行为
- B. 农业领域的经营者集中
- C. 农业领域的行政垄断行为
- D. 农业生产中的协同行为



第一单元 反垄断法律制度概述

答案：D

解析：农业生产中的联合或者协同行为，属于《反垄断法》适用除外。



第一单元 反垄断法律制度概述

二、相关市场

竞争和垄断均为特定市场范围内的相对概念。在一定范围的市场内的垄断，如果放在更大范围的市场内进行考察，就不一定是垄断。因此，认定垄断之前必须先界定市场的范围。

【举例】仅看辣酱市场，宅男女神“老干妈”可能属于垄断，但如果把市场扩大，扩大到食品市场，“老干妈”就达不到垄断了。



第一单元 反垄断法律制度概述

1、相关市场的概念与维度

(1) 相关市场：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**。

(2) 相关市场界定中的商品（不仅包括货物，还包括服务等）、地域和时间维度，分别称为相关商品市场、相关地域市场和相关**时间市场**。

【举例】一年茶有两季，春茶和秋茶，甲公司卖春茶，而乙公司卖秋茶，虽然卖的都是茶，是同一个商品市场，但不是一个时间市场。



第一单元 反垄断法律制度概述

2、界定相关市场的基本标准与分析视角

(1) 一般来说，商品之间的可替代性越高，它们之间的竞争关系就越强，就越可能属于同一相关市场。（需求替代角度）

【举例】馒头涨价了主食可以买米饭，那米饭和馒头竞争关系较强，就属于“同一个相关市场”。



第一单元 反垄断法律制度概述

(2) 一般来说，其他经营者的**转产成本越低**，提供紧密替代商品越迅速，则供给替代程度就越高，其就越可能划入同一相关市场。（供给替代角度）

【举例】某航空公司用波音公司的飞机，但如果转换用空客公司的飞机不需要支付高额的飞行员培训费等相关的费用，那波音与空客两家公司的商品可替换程度就越高，二者就属于“同一个相关市场”。



第一单元 反垄断法律制度概述

3、相关商品市场及界定

(1) **需求角度**（消费者的角度）界定相关商品市场，一般考虑因素：

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。

【举例】香蕉和葡萄。

②商品的外形、特性、质量和技术特点等总体特征和用途。

【举例】波音与空客公司的飞机。



第一单元 反垄断法律制度概述

③商品之间的价格差异。

【举例】爱马仕的包包与地摊货的包包不属于“同一相关市场”。

④商品的销售渠道。

【举例】美团外卖与实体餐饮店不属于“同一相关市场”。

⑤其他重要因素。



第一单元 反垄断法律制度概述

(2) **供给角度**（生产者，经营者的角度）界定相关商品市场，一般考虑因素：

①经营者的生产流程和工艺；

【举例】A、B两家玻璃厂，A主打“高清玻璃”，B主打“磨砂玻璃”，工艺不同，但流程大致类似，二者就属于“同一个商品市场”。



第一单元 反垄断法律制度概述

②转产的**难易程度**；

③转产需要的**时间**；

④转产的**额外费用和 risk**；

【解释】转产的难度，时间，费用和 risk 越低，越说明属于“同一个商品市场”。



第一单元 反垄断法律制度概述

⑤转产后所提供商品的市场竞争力；（转变后竞争力不变，属于“同一商品市场”。）

⑥营销渠道等。（A，B公司都是实体店卖玻璃的，那二者就是“同一商品市场”。）