



市场支配地位滥用：欧盟手段

吕克·皮孔普
反垄断政策首席专家
竞争总署
欧盟委员会

北京, 欧盟-中国 竞争周, 2013年3月18至20日

内容仅发言者观点, 并不代表竞争总署或委员会的观点。

综述



- n 总则
- n 支配地位
滥用
 - 排他性滥用：
 - n 分析框架
 - n 排他性行为类型
 - 剥削性滥用：
 - n 分析框架
 - n 剥削性行为分类
- n 反垄断程序



支配地位滥用：欧盟手段

总则

第101 与 102条



- n 第**101**条：禁止独立公司间签订限制或扭曲竞争的协定
 - 禁止协定或协定中的限制性条款：救济措施相对简易
 - 根据**101(3)**条中规定的效率抗辩，当事人的举证责任
- n 第**102**条：禁止支配地位滥用
 - 禁止单方行为：救济措施通常较复杂
 - 在欧洲法院**2012**年对丹麦邮政公司案做出判决前，效率抗辩不明确

单边行为



- n 为什么出台特别针对占支配地位的企业单边行为的条例？
 - 结构：
 - n 缺乏对并购的充分控制
 - n 限制使用通过内部增长获得的市场势力
 - 排他性行为：
 - n 区别业绩竞争与反竞争行为
 - 剥削性行为
 - n 限制剥削客户
 - n 问题：什么是剥削？允许超竞争利润成为竞争动机的原因
- n 与市场监管的区别

第 102条



- “禁止任何一个或多个占支配地位的企业在整个共同市场里或该共同市场的相当一部分地域内的滥用行为，这种行为因其可能损害成员国间的贸易是与共同市场不兼容的。”
-



n 第102条包括的条目：仅举例说明

- a) 不公平定价或不公平贸易条件
- b) 有损于消费者的限制生产、限制市场或限制技术进步
- c) 歧视：“对不同的贸易方就相同的贸易采用不同的贸易条件，因而致其处于竞争劣势”
- d) 捆绑销售：以他方接受与本合同主题无关的附加义务（依其性质或商业惯例判断）为前提而订立合同

关于第102条的指南



- n 欧委会关于欧盟运作条约第102条应用于占支配地位企业滥用排他性行为的实施重点指南 (2008)
- n 范畴
 - 重点是单边行为及排他性行为
 - 实施的重点(v. 解释性公告):重点处理可能损害消费者福利的行为
- n 基于效果的第102条的实施方法
 - 确保占支配地位的企业只以业绩竞争的方法与对手竞争
 - 保护竞争过程, 而非竞争者
 - 关于反竞争中的封锁:
 - n 确保占支配地位的公司不会用反竞争手段封锁对手, 进而损害有效竞争, 并因此对消费者福利产生负面影响
 - 兼顾反竞争效应与效率的平衡



支配地位濫用：歐盟手段

支配地位

支配地位



是指“一个企业所享有的，能够使该企业在显著程度上不依靠其他竞争者、顾客和最终消费者的反映而采取独立行动，以妨碍相关市场内有效竞争之维持的经济能力地位”

联合品牌公司案
霍夫曼罗氏公司案

支配地位



支配地位的概念与市场势力的概念相关

市场势力= 影响市场价格、产量、创新、产品种类或质量、或其他对消费者不利的竞争参数的能力

支配地位= 强大的市场势力

支配地位



- n 指一个公司可无需其竞争者的反映而独立行动的程度。这一程度与对这一公司施加的竞争限制的程度是相关的
- n 竞争限制：
 - 由现有供给/竞争者所处地位强加
 - 来自现有竞争者扩张及潜在竞争者进入的威胁
 - 来自消费者的谈判能力
- n 市场支配地位必须要有持续一定时期的强大市场势力 (2年)

支配地位



现有供给/现有竞争者所处地位强加的竞争限制无效

处于支配地位的企业拥有的高市场份额仅为初步迹象

低市场份额(40%以下)充分说明缺乏强大市场势力(安全港)

占支配地位的企业与其竞争者间出现市场份额的差异

市场份额 (差异)的稳定

明显的真实竞争行为/降价

包括盈利能力在内的市场地位的质量和实力

支配地位



现有竞争者扩张及潜在竞争者进入的威胁所强加的竞争限制无效

如若扩张或进入是可能、适时及充分的，便无支配地位可言

扩张/进入是否可能、适时及充分取决于扩张及进入壁垒：

- 法律障碍，如关税、配额、知识产权
- 规模经济和范围经济
- 重要资料或自然资源的优先使用权
- 分配网络的优先使用权
- 网络效用及转移成本
- 备用产能
- 品牌忠诚度

支配地位



- n 通过抵消买方能力而强加的竞争限制无效
- n 必须有对于支配企业重要的大客户，且他们能够对竞争性报价/促进进入/垂直整合迅速适应
- n 能成为有效限制因素的买方势力，不应仅为大买家而且应为整个市场获得比较好的或有竞争性的条件

市场定义



- n 市场定义总则适用于
- n 警惕玻璃纸谬误：因价格增加，于是错误地建议其他产品可替代从而导致市场定义过于宽泛
- n 警惕香蕉谬误：当仅有少部分消费者不能够轻易适应替代产品时，对市场定义过于狭隘



支配地位的滥用：欧盟手段

滥用

滥用类型



滥用			
	排他性的		剥削性的
	对供货的 封锁	对消费者的 封锁	超高定价, 价格歧视
间接封锁	独家供货, 最低供货义务	搭售, 捆绑销售, 掠夺性定价, 折扣, 排他性采购	
直接封锁	拒绝供货, 拒绝许可, 价格挤压	拒绝购买	



濫用

排他性濫用

排他性滥用的分类



- n 对供货的间接封锁: 占支配地位的企业阻止或限制其竞争者获得第三方的上游供应
 - 情境: 企业在下游市场占支配地位, 并利用其购买势力限制竞争者获得上游企业的供货, 以封锁竞争者。
 - 案例数量有限
- n 对消费者的间接封锁: 占支配地位的企业阻止或限制竞争者获得第三方下游消费者
 - 情境: 企业在上游市场占支配地位, 并利用其销售势力限制其竞争者销售商品给下游消费者, 以封锁竞争者
 - 大多数情况

排他性滥用分类



- n 对供货的直接封锁：占支配地位的企业阻止或限制其下游竞争者获得支配企业自身的供货
 - 情境：在上游市场占有支配的企业同样在下游市场十分活跃，它拒绝（建设性地）向下游竞争者的销售产品或服务
 - 案例数量有限
- n 对消费者的直接封锁：占支配地位的企业阻止或限制其上游竞争者满足被支配企业自身影响的下游需求
 - 情境：在下游市场占有支配的企业同样在上游市场十分活跃，它拒绝购买上游竞争者的产品或服务
 - 不存在这种情况



排他性滥用的定义

- n 一个占支配地位的企业，不使用基于商业经营者业绩的正常竞争的方法，而采取对消费者不利的非常规手段，结果妨碍市场现存竞争程度的维持或增加的一种行为。
(霍夫曼罗氏公司案, 丹麦邮政公司案)
- n 主要信息：并非通过使消费者获益的新产品或改进产品的供应或有竞争力的价格，而是通过限制竞争和损坏消费者的方式进行封锁的行为



排他性行为评估框架

- n 适用于以效用为基础的方法的指南, 但也与允许以形式为基础的方法的案例有某些冲突
- n 关注反竞争性封锁.
 - 可能的和真实的封锁效应
 - 消费者福利标准- 以下二者的区别:
 - n 封锁 = 危害竞争者,
 - n 反竞争性封锁 = 可能危害消费者的封锁
- n 需要评估是否现有的或潜在的竞争者获得供货或进入市场受阻, 致使占支配地位的企业有可能提价去损害消费者利益, 进而来谋利, (或其它竞争参数产生负面影响)

排他性行为评估框架



- n 生产一个基于所有相关因素的可信的危害理论 (参照 § 20 指南), 例如准入条件, 经济体规模和范围, 网络效应, 是否有竞争者及消费者应对策略, 实际可见的效果, 目的等
- n 对直接封锁行为的总体上比对间接封锁行为严格的评估标准 (参阅后面部分有关对拒绝供货的处理办法)
- n ‘客观’ 滥用的局限作用。但是, 如果行为仅仅妨碍竞争, 而没有产生效率, 那么可视为产生了反竞争效用。指南上列出的例子:
 - 占支配地位的企业阻止消费者试用其竞争者的产品
 - 诱使分销商或消费者延迟引进其竞争者的产品

相同效率竞争者测试



- n 没有适用于所有行为确定是否存在反竞争性封锁的测试，但是‘相同效率竞争者测试’可以作为评估价格行为的有效准则
- n 区分基于利润的价格竞争与滥用定价行为的难度
 - 欧洲法院：“利用不同于规约正常竞争的手段的方法”
 - ‘相同效率竞争者测试’是避风港：具相同能力的竞争者是否能够与占支配地位的经营者的定价行为进行有效竞争；行为不会对消费者产生负面影响；欧盟委员会不会干预

相同效率竞争者测试



相关的成本标准:

- 平均总成本 (**ATC**): 所有长期可变及固定成本的总和除以企业的总产量
- 平均长期增量成本 (**LRAIC**): 所有生产某一产品的长期可变及固定成本的总和除以企业生产这一产品的总产量, 比如: 平均总成本减去共同成本
- 平均可避免成本 (**AAC**): 企业通过不生产分散的 (额外的) 产量而避免的所有可变及固定成本除以这一分散产量
- 平均可变成本 (**AVC**): 所有生产某一产量的可变成本除以这一产量。例如, 平均可避免成本减去可避免固定成本

相同效率竞争者测试



- n 规则是使用占支配地位的企业的成本; 允许企业评估自己的行为
- n 对封锁能力的有用指标的测试: 测试结果作为反竞争性封锁总体评估的一部分
- n 如有效价格高于平均总成本和平均长期增量成本, 那么具同等效率的竞争者可以进行竞争: 行为总体上不能够以反竞争性的方式进行封锁
- n 保障措施:
 - n 动态关注处于效率劣势的竞争者施加的限制
 - n 可靠充分数据
 - n 如果共同成本意义重大, 就须纳入考虑范畴

相同效率竞争者测试



- n 如果有效价格低于平均可避免成本/平均可变成本,说明占支配地位的企业在牺牲利润,具同等效率的竞争者仅能亏损竞争:视为反竞争性封锁行为(如果市场覆盖充分等)
- n 如果有效价格处于平均可避成本/平均可变成本与平均长期增量成本/总成本之间,说明占支配地位企业没有收回所有成本,同等效率的竞争者会被反竞争性封锁。视竞争者可以采用的对策而定(他们是否同样可以针对部分需求降低价格)等等

客观必然性及效率



- n 占支配地位企业可能为自己的导致反竞争性封锁的行为辩解，声称其行为是客观必然的，或者其行为的效率足以保障消费者权益不受伤害
- n 举证责任在占支配地位企业，须证明：
 - 效率是其行为的结果；
 - 行为是必要的：没有更加不反竞争性的方式；
 - 效率大于对消费者产生的负面影响
 - 行为没有消除有效竞争：通常，维持或建立垄断的排他性行为不能以有效率为理由而被视为正当
- n 委员会将参考效率因素，最终评定企业的行为是否损害消费者利益

排他性的滥用



- n 指南针对大多数常用滥用行为提供了通用的评估框架：
 - 排他性采购及有条件的折扣
 - n 单一品牌义务
 - n 增量折扣及回溯折扣
 - 搭售及捆绑销售：
 - n 技术及合同式搭售
 - n 单纯捆绑销售
 - n 混合式捆绑及多产品折扣
 - 掠夺性定价
 - 拒绝供应及价格挤压
 - n 拒绝供应或拒绝授权使用基本设施/网络
 - n 拒绝许可知识产权或接口信息
 - n 价格挤压
- n 法律程序的滥用 (未包括在指南内)

排他性采购



- n 排他性购买或单一品牌化排他性采购：
有义务只能向占支配地位的企业采购
- n 通常获得忠实或忠诚度折扣：用折扣换取
司法或事实上的排他性采购
- n 非法的推定（霍夫曼-罗氏）

排他性采购：评估



n 反竞争性封锁在以下情况更有可能出现：

- 竞争者尚不能提供或角逐对消费者的全部供货（例如，能力有限或占支配地位企业至少对于部分需求是不可避免的贸易伙伴）
- 市场或覆盖的消费者的重要部分
- 因责任的持续致使的转移受阻
- 但是，如果竞争者可自由为消费者全部需求供货，危害不会出现

n :效率：

- 进行关系投资的诱因
- 节省交易成本

有条件的折扣



- n 有条件与无条件折扣：折扣是否依赖采购行为
- n 无条件折扣：
 - 掠夺性定价或有可能歧视
- n 有条件的折扣：如果在所涉期限内（例如年）采购超过一定门槛则给予折扣
 - 针对所有采购的回报：回溯折扣
 - 或仅针对超过门槛的额外采购：增量回报



有条件的回扣：评估

反竞争性封锁：

- n 无需牺牲：低边缘价格但平均价格是盈利的，
- n 对手能角逐全部的消费者或者占支配地位企业是不可避免的贸易伙伴吗：后者证明，折扣对于改变少量需求是没有多大吸引力的
- n 这部分的被覆盖的市场或消费者有多重要？
- n 方案的持续妨碍了需求量的改变吗
- n 折扣结构是如何调整以调动忠诚度的：门槛及折扣对每位消费者是不同的吗或者方案是有统一标准的？后者通常证明了交易效率才是目标



有条件的折扣：评估

- n 折扣会妨碍有能力竞争者的进入或扩张吗？
 - 计算竞争对手可以争取的及消费者愿意转向的（相关范围）那部分竞争需求的有效价格，并与占支配地位的经营者的成本基准对照
 - 如消费者不得不放弃高回报同时改变少量需求，那么有效价格是低的
 - 有效价格高于平均长期增量成本/平均总成本：无能力滥用封锁
 - 有效价格低于平均可避免成本/平均可变成本：有能力滥用封锁
 - 有效价格居于二者之间：考查其它影响同等有效率的竞争者进入或扩张的因素（例如，竞争对手采用的降低有效价格的应对策略）



有条件的折扣：评估

- n 相关范围 (RR):
 - 增量折扣：增量采购,例如， 门槛以上的采购
 - 回溯折扣：（潜在）竞争对手可以争取的部分消费需求，通过分析以下因素来估计：
 - n 竞争对手的实际规模
 - n 对买家的销售及其波动
 - n 实际准入规模
 - n 新进者的历史发展模式
 - n 消费者转向意向



有条件的折扣：评估

- n P_e : 通过扩散相关范围内的折扣来计算。 P_e 越低，非折扣价差异越大，忠诚度强化效果越大
- n 增量折扣: P_e 仅是高于门槛(T)的价格: 标价(P_L)减去折扣
- n 回溯折扣: P_e 等于没有用折扣减去因购买 $T(\text{rebate \%} \times P_L \times T)$ 获得的折扣($P_L \times$ 相关范围)的情况下，相关范围内价格除以相关范围



有条件的折扣：评估

- n 例子：T = 50 单位, $P_L = €100$,
折扣 = 10%, 相关范围 = 10 单位 (消费需求的20%)

$$P_e = ((P_L \times \text{相关范围}) - (10\% \times P_L \times T)) / \text{相关范围}$$

$$= ((100 \times 10) - (0.10 \times 100 \times 50)) / 10$$

$$= (1000 - 500) / 10 = € 50$$

搭售与捆绑销售



第102条

合同签订以相对方接受与此合同主题无关（依据其性质及商业惯例）的义务为条件

搭售

➔ 产品A与产品B只一起搭售
没有A,B产品其实可以单独售出

单纯捆绑销售

➔ A与B仅一起售出

混合捆绑销售 (多产品折扣)

➔ A与B打折一起销售.
A和B可以其实分别售出

搭售与捆绑销售



n 形式:

- 对购买附加的绝对合同条款
- 拒绝对同一产品分别供货
- “技术性捆绑” (兼容, 接口, 增强版本)
- 惩罚单独购买产品:
 - n 例如: 收回或减少一些优势的持续时间或范围 (例如, 担保, 拒不履责)



搭售与捆绑销售：评估

反竞争性封锁的条件：

- 搭售市场(在被搭售市场中不必然发生)中的支配地位
- 考虑产品差异:客户愿意购买搭售产品而不同时从同一供应商处购买被搭售的产品
- 会导致:
 - n 损害被搭售市场:使导致价格升高的被捆绑市场中的竞争者退出或边缘化
 - n 损害搭售市场:搭售补充产品以进入搭售市场更加困难
 - n 损害两个市场:消除替代品及提高价格
- n 多产品折扣: 增量价格是否高于捆绑销售的产品的长期增量成本
- n 捆绑销售间的竞争: 掠夺性价格标准

效率：

- n 降低消费者交易成本;
- n 降低供货商量分销 及包装成本

混合捆绑：评估



- n 混合捆绑即多产品折扣：

$$P_A = 100 \quad P_B = 50 \quad P_{A+B} = 130$$

意味着通过捆绑购买行为购买搭售产品B获得了20欧元的折扣

- n 问题：产品B (P_{Bi})的增量价格高于还是低于成本基准？

- n $P_{Bi} = 50 - 20 = € 30 > ? < \text{成本}$

- n 建立相关成本标准，评估封锁风险：竞争对手为什么不能抗衡捆绑竞争？

- n 如相关竞争来自单一产品企业，那么 $P_{Bi} = 50 - 20 = € 30 > ? < \text{平均长期增量成本}$

掠夺性定价



- n 将价格降低到成本下以排斥竞争者。经济文献中的关键因素：
 - 牺牲,
 - 封锁
 - 补偿
- n 判例法: *Akzo, Wanadoo* – 关注牺牲、目的、策略及封锁效用（成本标准）。不要求对补偿的证明。

掠夺性定价：评估



- n 牺牲：故意招致本来可以避免的损失或牺牲前述的短期利润
 - 低于平均可变成本 (Areeda & Turner 标准) 或 平均可避成本(指南)定价
 - 低于平均总成本但高于平均可变成本定价，如果采用排他性的策略 (Akzo)
 - 净收入低于合理反事实情况下可以获得的部分
- n 反竞争性封锁：
 - 适用“相同效率竞争者测试”（价格仍低于平均长期增量成本）
 - 减少实际竞争或阻止进入的因素：
 - n 占支配地位的企业的挑衅性商业行为产生的名声
 - n 竞争者融资渠道变少
 - 如果占支配地位企业可以预期其市场势力增强，那么就有可能损害消费者利益，例如，牺牲仍盈利的情况。通过评估封锁可能的影响及进入障碍的存在就可以证明损害的出现。不要求证明实际补偿。
- n 效率不可能出现

拒绝供货



- n 出发点：企业可以自由选择贸易伙伴，并执行财产权
- n 但是，某些情况下，拒绝供货可能构成支配地位的滥用
- n 拒绝供货可能升级为滥用的例子：
 - 可以获得基本设施（网络，桥梁）
 - 拒绝许可知识产权（专利，版权）
 - 拒绝提供互通性信息（微软）
 - 现有供货或许可关系的终结
 - 建设性拒绝：非合理进入条件

价格挤压



- n 上游占支配地位的公司出现在下游市场.
- n 对不允许在下游市场盈利的有效率的竞争对手的上游市场的准入价格收费。
- n 比如:
 - 德国电信：进入本地环路；进入固定零售电话业务竞争
 - 西班牙电信：进入宽带业务；零售宽带业务



拒绝供货及价格挤压：评估

- n 选择贸易伙伴的一般权利. 考虑到干预竞争领域 (强加供货义务) 会影响投资有形及无形资产的动机
- n 要求符合3项累加干预条件的特定框架
 - 投入对于在下游市场有效竞争须是客观必然的 (必不可少的) 的: 无现实或潜在的投入替代品, 且复制执行不力
 - 消除有效竞争: 立刻或延时
 - 消费者损害: 动态观察。拒绝供货对竞争的负面影响是否超过强加供货义务对投资动机的负面?
- n 如果供货义务是来自管制或如果上游地位是来自垄断权或国家补贴, 则对投资动机无风险.

法律程序滥用



n 审判程序滥用：

- 向法院申诉权利是基本权利。仅以下情况可以构成滥用：
 - n 不合理地主张权利
 - n 故意骚扰或排斥竞争者（国际电话电报 宝丽雅）

n 管制程序滥用：

- 向专利局虚假陈述（阿斯丽康）



濫用

剝削性 濫用

剥削性滥用



- n 剥削性滥用：
 - 102条的内容及背景
 - n 102(a)内容：不合理价格&条件
 - n 历史及判例法：
 - 消费者福利目标
 - 支配地位的获得 与 支配地位的滥用
- n 然而：
 - 进入及投资的高利润动机
 - 实施可能更困难
 - 预防优于阻止剥削
- n 因此干预排他性行为优于反对歧视及超高定价行为

超高定价行为



- n 102 (a)条下的“不公平”销售价格
 - n 但是:委员会不愿介入调查
 - 干预会抑制市场准入及竞争
 - 实际原因: 计算导致不合理的超高价格的因素及确定正确价格水平较复杂, 且监控成本高
- 仅在市场于可预期未来不能解决问题时才进行干预
- 非常高且长期存在的准入及扩张障碍
 - 例如合法及自然垄断

何谓超高



n 联合品牌公司建立了双翼标准:

- 价格/成本差异必须是超高的

及

- 价格本身或与竞争产品比较是不公平的

何谓超高



- n 第一翼：超高的利润率，例如通过对比：
 - 产品或竞争者之间的利润率（纳普公司）
 - 产品或部门之间的资本回报
- n 第二翼：非来自低成本/高效率而是来自高/不公平价格的利润，例如通过比较占支配地位的企业价格与：
 - 其它市场上的价格（**SACEM**, 托尼尔, 纳普公司）
 - 另外盈利最多竞争者成本（纳普公司）
 - 其它可比较竞争市场上经营者的成本（博德森公司）
 - 超时价格

价格歧视



- n 价格歧视 (PD) 是应对方法还有很多遗留问题的困难领域
- n 价格歧视定义：相同产品以不同价格卖给不同消费者：
 - 如果类似产品以不同产品/成本比率销售，同时所有消费者拥有相同的选择权，则不存在价格歧视
 - 如果企业拥有的下游子公司及第三方企业间存在价格差异（按价格挤压处理），则不存在价格歧视
 - 如果成本差异导致价格差异，则不存在价格歧视

价格歧视



n 价格歧视会产生排他性的效果：

- 会封锁上游竞争者 (在以下之前调查：选择性掠夺，有条件的折扣)
- 使某些消费者处于下游市场的竞争劣势(102(c))并引起下游封锁的发生：
 - 如占支配地位的供应商无限制下游竞争的动机，则情况不可能发生
 - 情况可能发生：占支配地位的买方有动机要求最有利/较有利消费者的条件
 - 仅当有反竞争性封锁 (参阅丹麦邮政)时构成滥用
 - 特殊范畴：国别歧视：
 - 通常是国家措施的结果 (机场的案例)
 - 自身方法

价格歧视



- n 价格歧视会产生剥削效果：
 - 高定价市场的市场支配地位
 - 超市定价行为标准是否适用于高价格市场？

价格歧视经济学



- n 一级价格歧视一般而言不利于消费者福利，但实践中在很大程度上是不相关的
- n 实践中的三级价格歧视：对输出的影响很大程度上关系到对（消费者的）福利的影响
 - 反事实是统一定价下的输出
 - 案例：Robinson (1933), Schmalensee (1981), Katz (1987), Varian (1989), Vickers (2001), Levine (2001), Stole (2003)

价格歧视经济学



- n 输出或输入减少、未变或仅微增：可预期到消费者福利减少
- n 原因：总福利减少，会导致额外利润及实施价格歧视及套汇的额外成本的消费者福利的转移
- n 这种情况会出现于以下列举情况：
 - 统一价格下，两方都能收益
 - 对手拥有对称的‘强’‘弱’市场：：不存在抢同伴市场的行为 (Fudenberg & Tirole (2000), Asplund (2002))

价格歧视经济学



- n 输出显著增加：可以预期到消费者福利的增加
- n 这会出现现在下列情况中：
 - 统一价格下，低价团体不获益
 - 对手没有对称的一‘强’一‘弱’两个市场：非法猎取



反垄断程序

(适用于第101及第102条)

法律渊源



- n **1/2003**号理事会条约，依照条约的第**101**及**102**条执行有关竞争的规则
- n **773/2004**号欧盟会法规，由委员会规定的有关程序行为的条款依照欧共体共同条约的第**101**及**102**条。
- n 委员会通知：
 - 处理投诉
 - 非正式引导（发函指导）
 - 与**ECN**一起合作
 - 有权使用文件

主动提起诉讼



n 投诉

- 表格C；投诉通知

n 依照职权

- 来源：新闻，提供消息者
- 部门调查（条约1/2003 第17条）

n 宽恕政策

- 宽恕政策通知（与卡特尔企业联合相关）

实情调查权利



n 索取信息-第18条

- n 简单索取

- n 判定索取

n 报告-第19条

n 检查-第20条

- 住宅搜查，需要司法部门事先同意。（第21条）

n 对于不配合者或误导者的罚款

n 信息：罚款达到1%的营业额。第23条

诉讼的总类



n 消极决策（第7条）

- 裁决和结束侵权行为
- 制裁（罚款）

n 临时措施（第8条）

- 严重的或不可挽回的损害风险导致的紧急事件

n 承诺（第9条）

- 消除行为基础

n 积极决策（第10条）（特别条款）

消极决策：正当程序



- n “在影响他们利益的最终决定作出前，当事人和第三方的听证权利是共同体法律的一项基本原则。
- n “委员会必须确保，竞争程序权利受到保障”：
 - 查阅文件的权利
 - 使他们的见解让反对他们的人知道（**1/2003号理事会条约第27条**）
 - 口头审理
- n 任命听证官以保证正当程序

反对声明（SO）



- n 反对声明：对于事实证据和法律评估的初步意见目标：
- n 将委员会的反对以书面形式向发出通知的一方和其他相关方发出...以使他们的意见能够得到知晓

法律暗示：

- n 不属于声明反对的条款不能用于最终决定
- n 如果委员会在最终决定时放弃声明反对，他们必须解释原因？

消极决策



n 侵权认定

- 过去的和已终止的侵权，是否有合法利益

n 侵权行为的终止

- 救济方法：必要的和适当的
- 行为性的或结构性的
- 只有在没有有效的行为方式或者行为方式繁重的情況下，才会是结构性的
- 制裁
- 罚款（第23条）：达到10%的营业额：
- 周期性出发（第24条）：达到5%的日营业额。可以结束侵权行为。

承诺： 程序



初步评估：

- 采取消极决策的意图

- n 当事人提交承诺
- n 出版对于案例和承诺的总结（第27.4条）
- n 第三方的观点
- n 咨询委员会的观点
- n 采纳最后决定

承诺决定



n 法律影响：

- 非正式的未侵权判定
- 承诺是具有约束力的

n 如果不遵守，委员会可以：

- 征收罚款
- 处以惩罚性支付
- 重启侵权程序

积极决策



积极决策：

- 判定不适用
- 以公共利益为动机
- 委员会的主动权
- 公布最终结果的权利和给第三方发表意见的权利（第27.4条）

指导信：

- 鉴于第38条：如果由于新的或未决的问题引起不确定的事情，企业可以向委员会寻求非正式指导。
- 委员会可出具非正式指导信

司法审查



- n 下列人士在欧盟普通法院宣判前可以对委员会的决定进行上诉（欧盟条约第**230**条）
 - 当事人
 - 其他相关的第三方
- n 在欧洲法院宣判前可以对欧盟普通法院的决定进行上诉
- n 司法审查标准：
 - 法律：无限制
 - 经济升值：明显的错误
 - 处罚：无限制性（**1/2003**号理事会条约第**31**条）
法院可以取消、减少或者增加罚款。