

專題演講：聯合行為之經濟分析

主講人:帥家寶法官(最高行政法院)

壹、議題之開展

從「中油與台塑公司在國內市場是否存在聯合行為」之議題談起（最高行政法院98年度判字第92號判決參照）。

一、主管機關觀察到之現象

二家公司之油品定價有跟隨現象（台塑跟著中油之定價調整其油品之定價），而且分析其漲跌趨勢，與成本變動不具關連性）。但沒有找到二家公司高層進行內部協議之事實。中油調漲價格前都會先為預告，而台塑馬上依此預告而跟進。

二、主管機關之判斷：

二家公司間有「以公開方式傳遞調價訊息之意思聯絡」，構成聯合行為。

三、對此議題之反省：站在「現在」、「過去」與「未來」

（一）站在「現在」之角度

1. 寡占市場下之聯合行為：

從純經濟理論之觀點言之，寡占市場下的廠商行為很難預測，不是勾結，不然即是割喉戰，而且勾結發生之蓋然性比較高，為何如此？因為：

- A. 每家廠商的目標都會獲得最大的利潤。
- B. 如果價格比對手方高，將喪失市場，與獲利目標衝突。
- C. 如果價格比對手低，將引起對方之降價（對方也要生存），進而導致割喉大戰（價格戰），除非是為了將對手方逐出市場，不然不應採取如此作法。
- D. 而將對方逐出市場，是否符合自身利益，有很多的考量，如果市場進入門檻不夠高，結果是「拒虎迎狼」，而且讓第三方「漁翁得利」，通常不值得如此做。
- E. 所以「亦步亦趨」的「跟隨」策略往往是廠商的可能選項。

因此寡占市場的基礎下，少數供給方可以在完全沒有聯合意圖之情況下，在預測對手方的反應與自己的最大利益後而行動後，自然形成聯合行為的外觀。

2. 本案例中，對台塑而言，「跟隨」幾乎是其惟一的選項，為什麼？

可以賺比較多的錢（因為其生產效率高，成本低）。在政治環境上，中油是國家之金庫，國家不可能讓其退出市場，台塑如果敢進行割喉戰，在政治上後果難以預料。就算中油價格太低，台塑一樣可以削減產量（用控制原料燃點之方式）或將油品銷售至海外而謀利，而將國內供油責任留給中油負擔。

（二）站在過去的角度問：「寡占局面是如何形成的」？

1. 中油是國營事業，而台塑也是國家一手促成之產業（為其設立提供各式政策優惠）。
2. 因此寡占局面是國家刻意塑造者：
其目的為，扶持重點產業，促進經濟升級。因此罪惡來自寡占，而不來自聯合行為，但這又是國家的刻意選擇，是否算是必要之惡？

（三）展望將來又如何：

1. 目標是什麼？
A. 便宜的油價或清新的空氣（降低碳排放量）

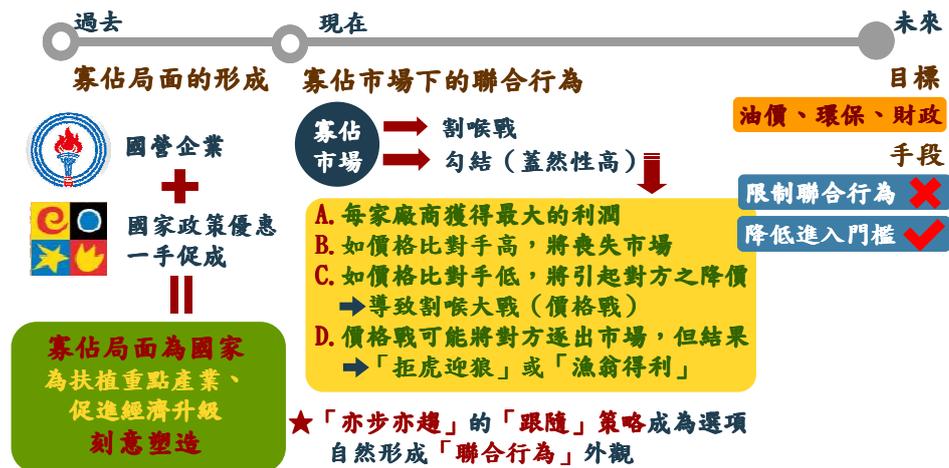
B. 國家財政收入的增加

2. 達成目標之最有效率手段

如果因此形成國內市場之寡占局面，解決之道，不是用公平交易法限制聯合行為，而是開放市場，降低進入門檻。

3. 現實之狀況是：

經濟部以非關稅手段，提升國外油品進入我國市場之門檻（要求必須在我國境內取得土地設立油槽儲存一定數量之油品，因此墊高國外油品公司在我國境內售油之銷售成本。



貳、中油台塑聯合行為案例，給我們的啟發

一、何謂「聯合行為」，行為人間是否要有意義聯絡：

(一) 回顧不同法律對「意思聯絡」之規範功能：

1. 民事法上「意思聯絡」之功能：

貫徹私法自治原則，因此協議的內容，基本上只涉及協議人間之內部事務，觀念上不生協當事人以外之法律效力（如果它發生事實上效力，民事法上的介入仍是有限的）。

2. 刑事法上「意思聯絡」之功能：

在確定刑事責任對主體之歸屬，借由意思聯絡決定行為人對他人實施之犯罪行為及結果是否可預測、控制，決定其應否負擔刑事責任。

3. 行政法上「意思聯絡」之功能：

行政法上之意思聯絡，往往從「宏觀調控」的角度，觀看社會行動之趨向，重在行為人集體行動所產生的外部效力（對第三人或公共的衝擊及影響），因此在管制之目的上，重視個體行為之趨同性及相互模仿性，與民、刑事所關注、具體而明確的意思聯絡並不完全一致。

不過值得進一步申論的是：透過行政措施而誘導社會成員的集體行動方向，必須講究手段之合理性及精緻性，因此導出「比例原則」之要求，即「有效」、「必要」及「均衡」。行政手段如果是嚴厲到「行政罰」之程度，必須考量到課予刑事責任所要求的意思聯絡程度。但這件事情不管在判斷上及證明上，都會面臨鉅大的困難。行政機關為了減輕這種困難，必須做一些階梯，以便跨越這些困難，而這些階梯大體上即為各式各樣的申報或報告、說明義務，而違反義務的法律效果，可以是單獨（且較輕）的行政罰，也可以是做為證明「刑事責任層次意思聯絡存在」的證據，而對共同違章行為處以較重的行政罰。學習行政法時，這種觀點要能充份掌握。

(二) 不同部門法追求的規範功能不同，影響到其對意思聯絡的認知方法。

民事法上強調的法效意思，在刑事法上變的毫無意義。而刑事法上刑事責任的基礎「自由意志」，可能會在行政法上受到挑戰，因為行政法更關心集體行為的形成，而重點是集體行為的形成，可能、而且可能性很高，並不需要「意思聯絡」，意思聯絡是集體行為的充分條件，但不是必要條件。法律人對此經驗的認知通常是不足的，其間的關鍵，在我看來，可能是法律人對「賽局理論」的陌生。當然真正要把賽局學懂，可能需要具備很多的條件，但至少要有些基礎觀念。

(三) 賽局理論對聯合行為中有關意思聯絡認定的衝擊：

1. 賽局理論之基本架構：

- A. 要有給定而可認知的比賽規則及比賽環境。
- B. 要有一個以上的參賽者。
- C. 每一參賽者的所有可能策略及各種策略下所對應的報酬組合，必須已知，並
- D. 可以矩陣來表示。
- E. 參賽者參與比賽的最終報酬，是由自己選擇之策略行動與其他參賽者所選擇之對應策略行為所共同決定，而其他參賽者亦然。

2. 賽局理論的核心想法：

賽局理論的核心想法就是「自己在比賽中所取得的報酬，取決於參賽對手的策略選擇」，因此形成了策略性的相互影響。因此要在「對手或參賽者將猜測自己的策略選擇」之基礎下，預測對手或參賽者將採行的策略，再決定自己的策略。但對手如果對此有預測，又會改變策略。因此這是一個反覆無止境的迴圈。

3. 賽局的分類，可按照以下標準，進行區分：

- A. 依報酬之類型，可分為「零合賽局」及「非零合賽局」（亦可稱之為「合作賽局」與「非合作賽局」）。
- B. 依比賽環境之特徵，可分為「同時出招（靜態）」及「依序出招（動態）」之賽局（其區別在於，從時間序列的觀點，靜態賽局的參賽者是同時採取策略，或者雖然不是同時行動，但後行動者並不知道先行動者採取了什麼具體策略，動態賽局的參賽者之行動有先後順序，後行動者能夠觀察到先行動者所選擇的行動）。
- C. 依比賽規則之設定，可分為「合作賽局」與「非合作賽局」（其區別在於參賽者間有沒有一個具有約束力的協議，如果有，就是「合作賽局」，如果沒有，就是「非合作賽局」）。

4. 從大家最熟悉也最簡單的「囚犯困境」來說：

	乙(承認)	乙(否認)
甲(承認)	5年 5年	免刑 10年
甲(否認)	10年 免刑	2年 2年

甲之最佳策略為承認，乙之最佳策略亦為承認，但二者最佳策略之合併結果，卻不符合雙方之最佳利益組合。

聯合行為是一種「非零合賽局」與「依序出招賽局」，也是一種「非合作賽局」。因為局中人可從賽局中損社會利同業，對參賽者而言，其報酬可能為正。又因為聯合協

議很難達成，就算達成也不受法律保護，所以很難說它是一個「合作賽局」（不過有些規則因為特定時空之故，而具有拘束力，因此不排除其也可能是變成一個合作賽局），且局中人亦可視其他參賽者的訂價選擇，而改變自己的策略，所以也是一個「依序出招賽局」。

這些細節或許可以另外申論，但是對立法者及執法者真正重要的卻是：賽局理論的背景。

5. 從賽局理論之相關背景說明聯合行為的議題：

賽局理論讓人明瞭，不需要意思聯絡，即可經由對他方行為的預測，及自己利益最大化的考量，而得出外觀上近似聯合行為的單獨行為。

賽局理論在價值判斷上是中性的，賽局中之報酬，可以增加社會福利，也可能減少社會福利。例如「囚犯困境」模型中參賽者的策略選擇結果及其報酬，對囚犯而言是不好的，但對社會是好的。可是同樣結構的模型中，用在軍備競賽中，最後造成參賽國家競相耗費巨額費用提升武器性能，而不利於社會福利。

特定賽局形成條件（包括環境、規則及參賽者），往往是掌握在行政部門中，行政部門有機會在事前發揮創意，創造一個有利於社會整體福利的賽局。而一個對社會而言不好的賽局出現，也常常出於行政部門對社會問題的長期疏忽，或者因為政策選擇之結果。

有些參賽者會進入賽局，不是出於自身的選擇，而且一旦進入，即會身不由己，即使其依循聯合行為的模式行事，當其缺乏自由選擇的可能時，行政部門如要制止此等行為，是否可以用刑罰或行政罰的手段為之，必須從行政罰是否具備責任基礎的角度來考量。

另外如果行政罰的角度不被許可，要用其他更精緻的方法(例如改變規則)來處理時，如何維護信賴保護原則的實踐，又是另外一個問題。

(三) 意思聯絡的證明方式：

1. 公平交易委員會及法院之觀點：

透過經濟分析模型之經濟分析，參酌國外執法經驗，認二家公司透過事先、公開方式傳遞調價訊息之意思聯絡（預告平台），可清楚偵測競爭對手之反應，並得藉由價格資訊之傳遞以降低資訊不完整性，……進而強化價格上之亦步亦趨，雙方選用一致之調價策略，使價格穩定或在一定區間波動，因此而得謀取經濟上之最大利益。

預告批售價格之結果，不僅造成水平競爭同業之批售價格齊一，更因其預告調整批售價格之後，大多數加油站業者即同步、同幅調整零售牌價，限縮加油站業者競價空間，終至影響消費者權益，是在水平及垂直競爭上，預告調價已實質減損市場競爭機能。

調價過程呈現意思聯絡之及外觀及判斷：

◆ 外觀：

- A. 歷次調價過程中，率先宣布調價者均提前宣布調價訊息（尤其針對調價時點、調價幅度），而宣布調價訊息之時間約在預定調價生效前半天至數小時前。
- B. 競爭對手透過新聞媒體得知競爭對手提前宣布調價訊息後，通常即迅速宣布將跟進調價。
- C. 如果競爭對手未宣布跟進，或雖宣布跟進但調價幅度不同時，率先宣布調價訊息的廠商則立刻在新價格未實際生效前，宣布放棄調價或修正原先預告的調幅。
- D. 在預定新價格生效時間前，若競爭對手所宣布之調幅一致，則新價格將在預定生效時間後付諸實施。

◆ 判斷：

- A. 按經濟行為複雜，且任何經濟行為模式或機制均須長期觀察，寡占市場業者相

互依賴之互動方式，更不能以短時間觀察或少數幾次調漲或調降價格行為即遽予論斷違法性，因此，將寡占市場業者之預告調價，作調漲或調降價格行為之個別分割式觀察，並不妥適。尤其，導致一致性的價格原因甚多，或為市場競爭、價格追隨、有意識的平行行為，甚至是純粹巧合因素等，因此競爭法主管機關在長期觀察寡占市場業者之經濟行為，透過經濟分析及評估以後，倘無合理之理由說明該一致性外觀行為非屬合意，即有違反公平交易法聯合行為禁制規定之虞【這段話似乎前後矛盾】。

- B. 雖然有一次不符合所謂「同步、同幅調價之行為」，亦不妨礙經長期綜合觀察寡占市場業者之經濟行為，再透過經濟分析模型之經濟分析，並參酌國外之執法經驗後，依我國公平交易法之聯合行為相關規定予以判斷其合法性。
 - C. 另縱美國法院尚未見有何確定判決支持美國競爭法主管機關作法，公平會執法時借重於理論依據、經濟分析或國外執法經驗與見解，而援用「促進行為理論」尚難指有何違法之處。
2. 寡占市場與單一獨占市場之事業行為完全不同，單一獨占業者因缺乏競爭對手，因此可以完全自主的決定價格或產出，而不用擔心競爭對手之反應，寡占市場業者之間顯有相互依賴之互動關係，故較易透過契約、協議或其他方式之合意（其意思聯絡不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者屬之，而利用相關促進行為達成合意之默契即屬此種合意態樣），形成聯合行為。

◇ 於油品寡占市場結構中，率先調漲價格的廠商須面對競爭對手不跟進，加盟加油站業者大幅流失等風險，而不跟漲的一方可藉以分食調價廠商原有的市場。是欲免於競爭並確保獲利，率先發動價格戰之廠商在市場上預先公布調價訊息，對市場上的競爭同業釋放出價格訊號，俾減少偵測可能發生的時間遲延或資訊不正確的風險，他競爭廠商在「知悉」的情況下，「有能力」且「有誘因」的選擇跟進或不跟進，致發動價格戰之業者可隨之維持價格、撤回價格戰或調整競價策略，以達成雙方利益之極大化。

所謂「跟隨性之平行行為」與「聯合行為」之區別在於「有無意思聯絡」，因二者之外觀均呈現行為之一致性，是以執法機關對於聯合行為取得合意之直接證據(例如書面會議紀錄)有困難時，應採「合理推定」之方式。

- ◇ 如市場上多數業者同時並且以相同幅度調整價格，然市場上並無客觀之供需變化因素可資合理說明，應可合理懷疑及推定業者就該次價格調整，存有聯合行為之「意思聯絡」。
- ◇ 要推翻此項「推定」，需行為人「合理說明」或證明，其價格之調整乃市場上客觀之供需變化因素所致。

聯合行為常因自利或資訊不對稱而瓦解，本身具有不穩定的因素，透過預告機制，可能的背叛行為即刻被偵測，故事先、公開預告有助於寡占事業協議的穩定。台塑公司的交易對象是加油站業者，雙方尚有舊價折算、月結帳 2 次之計價機制，二家公司調整批售價格時，僅須通知旗下加油站業者，或於計價拆帳時折算，而毋須提前、大張旗鼓的揭露調價訊息予競爭對手，此無助於上訴人所稱爭取加油站業者加盟之目的達成。

台塑與中油公司於發布調價資訊之際，並未即時實施，也未必當然實施，僅利用「喊價」來進行調價溝通，並非「確定價格」，重點端視對手反應而定；當對手不跟進，或是跟進幅度未一致時，調價一方即有機會立刻下修調幅，以避免激烈之殺價競爭。尤其當決定調漲價格並非有利於己之競爭，復採行預告通知競爭對手及加油站業者，實未足以解釋渠等不合經濟理性之行為。又油品批售價格，係供油商對加油站業者提供油品價格之準據，而非終端之零售價格，供油商與加油站業者尚有舊價折算、月結

帳 2 次之計價機制，爰供油商調漲批售價格時，加油站業者是否自行吸收漲價之成本或如何反映於零售價格，皆屬油品通路下游零售商經營策略考量之範疇，上游供油業者原無對大眾媒體發布調整批售價格訊息之急迫性及必要性，遑論以提前、公告周知之方式對消費者進行預告？

台塑公司稱其調漲批售價格係為反應國際油價等成本因素云云，然其與中油司在成本結構不同下，仍在同一時間，以相同幅度調整價格，顯非自由競爭市場下各事業獨立決定競爭行為之結果。另一方面，在原油價格攀升之際，供油商為反映成本而調漲價格本具有風險，惟雙方預先透過在媒體平台預告調價訊息等促進作為，正足以解決寡占協調不穩定之因素，而能有效達成一致性調價。

台塑公司稱其並未主動預告調價資訊，而係由媒體主動探詢相關資訊云云，然查台塑公司調整批售價格時，有以新聞稿對外發布，且歷次調價均能由媒體平台清楚揭露時點、調整幅度等資訊，利用預告與實施時點一定之時間差視競爭對手反應，甚而透過媒體予以發布修正調價資訊。

3. 最高行政法院之見解：

發動調價者（無論調漲或調降），均「預先」透過新聞發布方式直接將價調整訊息傳達給競爭對手，包括調價時間及調價幅度等重要價格資訊，而同業亦透過媒體在預告時間與生效時間的時間差內作出反應，可見台塑公司於發布調價資訊之際「並未即時實施」，也「未必當然實施」，僅為預告價格，絕非如上訴人所稱之「確定價格」，重點在端視對手反應而定。

申言之，純粹價格追隨下，率先發動並實施漲價的廠商，可能面臨競爭對手若未跟進調漲，或雖跟進但幅度較低，而流失客戶的風險，因此必須更謹慎的決定漲價時機與幅度，成功漲價的機率較低；但若透過新聞發布及提前預告價格調整訊息，率先發動漲價的廠商，可以無風險地將新價格付諸實施，因此可以成功的發動漲價。二家公司透過調價預告，偵測競爭對手反應或交換價格資訊進行意思聯絡，致形成同時間、同幅度之一致性調價之結果，足認二家公司上開調價機制符合公平交易法第 7 條規定所稱「其他方式之合意」之構成要件。

油價調整涉及多種資訊，包括原油價格上漲、匯率變、到岸成本等等，二家公司對此等資訊並未明確揭露予社會大眾，僅僅以喊價方式偵測對手之調價反應，不僅未消除社會疑慮，反而增加聯合行為之合理懷疑。

美國法院所不採之「促進作為」理論，仍有無參酌價值。況本件是否構成違反聯合行為之禁制，仍以我國公平交易法相關規定為主要論據，外國法例僅作為認定之輔，尚不因外國法例尚未經該國法院判決維持即不得採為參據之資料。

至於臺灣零售油品價格是否與其他國家或地區為低，與是否影響市場正常機能係屬不同之事項，二者並無關連。

又目前我國供油市場雖僅台塑公司與中油公司，惟油品市場已全面自由化，為可自由競爭市場，當有潛在競爭者存在，聯合降價行為對市場競爭效果仍有減損，自難認降價行為為無影響合法之市場競爭。事實審法院援引公平會提出之「有價格預告制度」理論，認為無論調漲，或調降油品供給價格均對市場機制有所影響，尚無不合。至「沒有價格預告機制」之理論與本案情形有異，無適用於本案餘地。

公平交易法第 7 條第 1 項所稱其他方式之合意，指契約、協議以外之意思聯絡，不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者。為前引同法第 7 條第 3 項所明定。依據前開二公司間調整油價行為之特徵事實，已足認定二家公司有事實上可導致共同行為。原判決以依本案事實已足以推定二家公司之聯合行為，除非二家公司能提出預告油價調整及跟進行為之正當理由，始能動搖該事實，但二家公司並未提出其正當具體理由。

4. 個人之不同觀點：

從賽局理論的觀點，訂價趨勢的一致性，可能出於廠商獨立進行理性選擇的結果。

經濟學上所說的成本是機會成本，而不是歷史成本，是展望將來，而不是回顧過去，過去就讓它過去吧。因此廠商對產品之訂價，會把其他廠商對相同產品之訂價當成自己的機會成本，所以說「以廠商無法通過對歷史成本變化，來說明調整訂價理由」為基礎，認定有聯合行為之存在，似乎也不是很合理。

寡占市場中廠商的行為是最難預測的，很可能割喉割到死，也可能是相互心照不宣的進行勾結，這是由市場形勢決定下來的客觀狀態，並不是證明聯合行為的最佳證據。

媒體對各廠商訂價歷史的揭示，對消費者而言，是有益的資訊（避免詢價成本），也是小廠商決定訂價時的次佳參考指標，但不是決定聯合行為是否穩定的關鍵因素。

參、辯論設題之法律探討：

一、與前案不同之實證特徵與規範評價上的對應差異：

前案賽局之布局是由國家政策所形成者，後案則是透過彼此間之會議協議而形成，因此不能完全排除漢點公司參與聯合行為之可能。

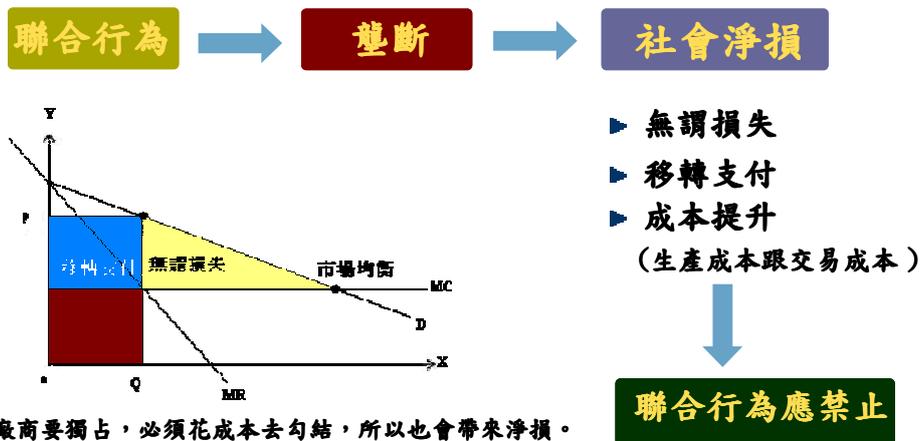
不過參與會議目的可能只是為了取得判斷將來價格走向的相關競爭資訊，做為依循大廠行事的漢點公司而言，很難抗拒這種誘惑，而其獲得資訊後的依循行為，是否能算是聯合行為之合意？就算是「知情下的依循行為可以算是聯合行為的一種」，但從「期待可能性」的角度，其責任是否應該較低？

在供過於求的市場環境中，如果只對價格聯合，而不對產能達成協議，價格的聯合能夠維持嗎？還是只要有價格聯合之形成，產量限制之協議也能當然達成，中間之推論為何？

鑽石會議中交換的資訊及形成共識的參考價，涉及對未來價格之預測，未必準確，一旦失準，競爭馬上開始（所有廠商都是不獲利即死亡，並無退路。而且死亡的過程，通常會經過一段痛苦的時間），這樣價格聯合協議是否會真的造成價格鎖定的結果。

會議給出的參考價，是否即為「壟斷價格」，而造成「無謂損失」，此事應否證明，如何證明？

- ◆ 聯合行為受到禁止的實證上理由為何？



「無謂損失」與「差別取價」之區別。

「壟斷價格」理論上很容易說明及呈現，但實證上很難測度。因為供需圖形是一種假設情況，很難用實證上之資料來驗證。

是否用參考價之提出「推定」該價格即為壟斷價格或接近壟斷價格，足以造成或多或少的「無謂損失」，而辯護人方如何推翻此等推定？

最佳參考指標的介紹—理論上最佳指標往往無法司法實務上操作，而需選取次佳指標來代替，舉例言之：

- ◇ 稅捐法上的「商譽」認定
- ◇ 研發投資抵減之租稅優惠案件中，有關研發成果是否有外流至大陸之判斷（理論上最佳指標為「大陸有無取得超過機會成本意義下之正常利潤」，但機會成本很難認定，而用微笑曲線之觀念來替代。

◆ 固定價格協議

- ◇ 參考價＝壟斷價格？固定參考價偏離了均衡價格，接近壟斷價格。
- ◇ 聯合行為是不是成立？判斷價格有沒有聯合行為。
- ◇ 聯合行為的程度？聯合行為所形成的價格，是否偏離均衡價格？其離所謂的壟斷價格有多遠？
- ◇ 偏離多寡對聯合行為責任的輕重有影響
- ◇ 如何證明參考價偏離及其偏離多寡？

困難點：

- 世界上無完美的完全競爭自由市場，故無均衡價格。
- 經濟學上常常畫的所謂供需圖本身也是想像，供需圖基本上在時間剖面上它是在特定的點上面，難以呈現於真實世界。
- 參考價是由「鑽石會議」中領導性的大廠商評估市場、供需的需求、將來的成本…最終猜測的。

判斷是不是壟斷價格：

第一個要考慮這個市場它是不是一個有形成聯合行為的可能的市場。本案當中有一個指標，是對政府是不利的，它的題目設定說這是一個供過於求的市場，在一個供過於求的市場底下，這個市場通常是很有彈性的市場、是很敏感的市場，這個市場聯合的話，它不太容易形成壟斷的價格。

第二個部分，是不是存在聯合行為的經濟證據。聯合行為的經濟證據就是這個市場上的行為外觀是不是可以讓你判斷說它們之間有聯合行為的存在，譬如這個價格會有很多人想進來，就表示說這可能是一個壟斷的價格，因為它有暴利，這都是一些經濟證據。

- ◆ 行政機關的本證與反證：行政手段「比例原則」：以違反申報或報告、說明義務形成失權效，作為政府機關證據推定的效果，為行政法上常使用的技巧。

◆ 聯合行為法律效果

- ◇ 公平會依公平法第 41 條與「違反公平交易法第十條及第十四條情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」之規定被課處上一會計年度營業收入 2%，即新臺幣 2 億元罰鍰。
- ◇ 行政法領域的觀念：
原則上重視以管制誘導集體行為，重視集體產生之外部效力；惟涉及處罰時，則必須在意及考慮有無意思的聯絡。

二、依會議召開過程時序所呈現之討論議題一

(一) 2005(7月)-2006(12月)—國內廠商參與

1. 參與廠商是否足以影響市場
2. 會議目的一交換足以影響決定產品訂價的各種資訊。
在一個供過於求的賣方市場中，對價格進行聯合之約定，其效果遠不及對產品進行聯合。這種聯合是否可算是聯合行為？
還是價格的聯合，足以導致產量的聯合限制，如何達成？
3. 漢點公司參加會議之目的：
該公司稱目的在取得資訊，問題是取得那些資訊（價格資訊已經其他管道而公開）。
A. 社會上公知者為歷史上之價格及產能。
B. 社會上不知之內部資訊則為歷史成本。
真正重要的資訊是：
A. 大廠商對未的預測，其中包括需求預測，及產銷成本之預測。
B. 大廠商所可能採取之內部行為。
3. 參考價格之作用：
除了形成壟斷價格外，是否還有「降低交易成本」之功能？
雖然鑽石會議所形成之市場交易資訊是由供給方所獨占，但仍有降低交易成本之作用，可以減少產銷失調之功能，並非一無是處。
事實上由鑽石會議的不定期召開一事可以間接推測，透過價格機制調節產銷之市場運作功能有失靈之可能。而鑽石會議的召開，一定程度上或許能補價格機能之不足。

(二) 2007(1月)-2011(4月)—外國廠商加入會議

這個部分是否重要，如果公平交易法只關心本國市場，依附表三之市占率統表言之，並不重要（因為國內廠商之市率已達 62%）。

(三) 2011(5月)-2012(1月)—漢點公司沒有繼續參加會議（沒有繼續從事聯合行為）

三、行政處分認定聯合行為成立理由之評論：

(一) 公平會之觀點：

1. 寡占廠商訂價趨勢之一致性：因此先推定有聯合行為。
2. 行為人無法合理說明「價格調整出於市場上客觀上之供需變化因素所致」（因為其無法提出因成本改變而調價之試算資料），可以由此認定聯合行為存在。
3. 訂價調整時點之相關性（前後相隔數日）。
4. 寡占行為之聯合行為，參與者彼此間容易相互監視，因此不需要有懲罰機制或書面協議。
5. 寡占廠商可以經由媒體報導之公開訂價資訊，而穩定聯合行為之約定。

(二) 個人之意見：

1. 以「寡占廠商訂價趨勢之一致性來推定有聯合行為存在」，在案例之情形，大體上可以接受。
2. 不過用歷史成本為基礎來建立「價格調整」的合理性部分，則值得商榷。
3. 價格調整之連動，可能還要與會議召開時間相比對，如果發現非開會期間，價格有下跌，可能是因為「參考價」本身之預測失準所造成，這對聯合行為之認定會發生一定之影響。

四、案例是否「情節重大」？

1. 以「多次出席及主導會議」為由，認定「情節重大」是否有據？
2. 單單由行為之次數為判斷基準，而不考量漢點公司面對市場競爭時之理性決擇及期待可能性，並不妥適。
3. 行為結果為何不列入考量，因為太難估計。不過仍然可以用間接推估之方式，來「猜測」造成損害之可能範圍。？

以上的說明足知，這種損害應該不會太大。

五、中油台塑案例與辯論設題

(一) 中油台塑聯合行為案例

1. 進入賽局為政府一手促成的。
2. 市場非供過於求。

(二) 辯論設題

1. 進入賽局為漢點公司決定的。
需要得知大公司對未來價格的決策
對參考價格之決定無實質影響力
2. 市場供過於求，即使偏離均衡價格也不會偏離太多。

肆、結論：

法律涵攝的過程為：事實與法律的反覆來回，從理解法律開始，然後回到事實，再由事實反思法律的意義，又從對法律的體會中，再去挖掘過去忽略的新事實。法律與事實間之認識就不斷被深化。

認識事實要有工具，就財經法而言，經濟學是一種很不錯的工具，可以讓我們的思想更開闊與靈活，提出別人沒有想到的新論點，而有助於勝訴。