

課程綱要

課程名稱：		開課單位：		科法所	
(中文) 數位經濟與反托拉斯法		永久課號：		LWLW30263	
(英文) Digital Economy and Antitrust Law		上課時間/教室			
授課教師：					
鄭啟儒					
學分數：	2.00	必 / 選修：	選修	開課年級：	*
先修科目或先備能力：					
上課連線網址：					
課程概述與目標：					
<p>數位科技的蓬勃發展不僅重塑傳統產業的結構，更改變消費者的消費模式。以旅遊業為例，數位平台 Google、Booking.com 及 Uber Eats 等提供免費搜尋服務，因此消費者可以便利地找到想去的旅遊景點、住宿及交通方式。因此傳統的旅遊業逐漸被數位平台取代，而人們也更依賴數位平台規劃生活。但是，你可曾想過為何數位平台願意提供免費服務？</p> <p>研究發現，數位平台的獲利模式涉及對消費者的操控，產業結構的重塑及政治影響力的轉移等面向。此外，跨國數位平台的興起也縮短各國的物理距離，讓經濟文化交流更加密切。今天美國的一首流行音樂，透過 YouTube 很快就紅到台灣。同樣地，台灣現在發生的新聞也很快地傳遞到世界各地。快速的資訊流通衍生假新聞等問題。因此，身為數位時代下的消費者，我們須學習以理性批判的角度，探討數位平台對於消費者及社會的衝擊，並在這樣的認識下做出個人理性的選擇。</p> <p>數位科技帶來的影響橫跨傳統的文理科學門。形成商業模式、確認消費者需求、設計便利的平台及提供數位服務等的發展有賴於商學及資訊科學，而對於數位科技帶來的社會及產業等影響，則有賴於法學及社會學加以調整，以期減少社會損害、最大化數位科技的有益性。所以處理數位科技的問題，須從跨專業領域的角度宏觀地加以探討。</p> <p>本課程探討數位科技發展對於社會的影響，及反托拉斯法能提供的解決方案。現今數位平台大多為市場獨占者。反托拉斯法的目的是促進市場競爭—從管制市場獨占者行為的角度，確保數位平台提供對</p>					

社會有益的服務。由於此特色，反托拉斯法是近年來美國、歐盟及日本等高度發展國家用以管制數位科技的重要工具。

本課程的目的是培養同學對於數位科技發展的批判思考能力，掌握當代數位科技發展下的新興商業模式、這些模式的發展目的與運作邏輯，及對於社會乃至個別消費者的衝擊。這些認識有助於同學進一步思考如何妥適運用反托拉斯法改善現有模式下的問題。

教科書 (請註明書名、作者、出版社、出版年等資訊)：	教科書列表： Ariel Ezrachi & Maurice E. Stucke (2016), <i>Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy</i> , Harvard University Press
----------------------------	---

課程大綱		分配時數				備註
單元主題	內容綱要	講授	示範	習作	其他	
聯合行為	1. 電子書市場 2. 信用卡市場 3. 勞動市場 4. 科技產業相關市場	10		2		
獨占	1. 線上零售市場 2. 餐飲外送平台市場 3. 線上搜尋引擎平台市場 4. 線上社交平台市場	10		2		
結合	1. 線上搜尋引擎平台市場 2. 線上社交平台市場	4		2		
概說	1. 數位經濟概說 2. 反托拉斯法概說 3. 競爭的內涵與促進	4				

教學要點概述：

1. 學期作業、考試、評量

討論：30% 各課堂

報告：70% 期末 1 次

2. 教學方法及教學相關配合事項 (如助教、網站或圖書及資料庫等)

教學方法：

本課程分為四個單元。第一單元介紹數位經濟及競爭概念，並說明反托拉斯法促進競爭的功能。第二單元介紹數位平台所帶來的競爭者或上下游廠商間的違法聯合行為，如杯葛或排除競爭者的協議。接著第三單元說明獨占概念，並介紹數位平台如何透過平台優勢達到擴張及維持獨占地位，最大化獨占利潤的方式。最後，第四章說明數位平台間及數位平台與中小型科技公司的結合（如公司併購）的風險及政府管制。

每次課程分為二部分。第一部分由老師介紹數位平台的產業及限制競爭行為。如 Facebook 透過蒐集消費者數據的方式推播商品，及其對產業競爭及消費者的影響等。第二部分就以上產業模式探討可能的管制模式。此部分將探討反托拉斯法的傳統規範及應用到數位科技產業的可能性與妥適性。老師將於課堂提出可能的爭議問題，鼓勵同學從不同的專業領域、生活背景及價值觀等多元角度發表看法。最後，老師將總結同學們的看法，並簡評各方法的優缺點及未來可採取的行動。

師生晤談	排定時間	地點	聯絡方式
		教師研究室/線上	請事先寄 email 預約

每週進度表

週次	上課日期	課程進度、內容、主題	教師授課時數
1	2024-07-01(一)	課程簡介 本堂課介紹課程要旨、評分規則及數位經濟的定義與概念。	2
2	2024-07-02(二)	競爭概念說明：以教育產業為例 本堂課以大學的發展特色及招生策略為例，說明競爭的定義、種類及目的，並請同學思考現今台灣高等教育環境的發展是否有可取及改善之處。	2
3	2024-07-08(一)	聯合行為：以電子書市場為例（垂直聯合定價合意、搭售） 本堂課以蘋果電子書及亞馬遜 Kindle 電子書市場發展為例，說明電子書發展對於傳統出版業者的競爭衝擊，及新興電子書發展對書籍的出版價格、品質及種類的影響。	2
4	2024-07-09(二)	聯合行為：以信用卡市場為例（禁止勸誘條款） 本堂課以 Visa、Master 及美國運通信用卡市場為例，說明信用卡發行公司間、銀行間與零售業者間的競爭及合作關係，並	2

		介紹這些互動對於市場競爭的衝擊與對於消費者的益處（如信用卡折扣）及損害（如過度消費）。	
5	2024-07-15(一)	聯合行為：以科技相關產業為例（專利授權、共同研發協議） 本堂課以科技產業為例，說明科技公司間常存在既競爭又合作的關係。許多技術的研發與產品製造需要數公司間的合作。本堂課從反托拉斯法觀點，釐清具有競爭關係的科技公司間允許合作的尺度及範圍，及科技公司常遇到的反托拉斯法律風險。	2
6	2024-07-16(二)	獨占：以線上零售業為例（濫用相對優勢地位、獨家供貨/經銷契約） 本堂課以線上零售業，如 Amazon 及台灣的全聯為例，說明具有獨占或相對優勢地位的數位平台或零售業者，可能濫用其對於中小型供應商的優勢地位的情形。基於此認識，本堂進一步探討反托拉斯法對於中小型供應商的保護機制。	2
7	2024-07-22(一)	獨占：以餐飲外送平台市場為例（最優惠客戶條款） 本堂課以餐飲外送平台 foodpanda 為例，介紹平台與餐廳間的互動，尤其是平台對於餐點價格等銷售事項施加的限制。本堂課從反托拉斯法的觀點，探討消費者保護與餐廳經營自由間的衝突與協調，及餐飲外送平台的中立角色。	2
8	2024-07-23(二)	獨占：以線上搜尋引擎平台市場為例（商品比較服務、關鍵字廣告） 本堂課以線上搜尋引擎平台市場 Google, Yahoo 等為例，說明平台提供的數位服務，如商品比較與關鍵字廣告等，如何影響消費者的決定，及對於其他競爭平台及使用業者帶來的競爭衝擊。	2
9	2024-07-29(一)	獨占：以線上社交平台市場為例（數據獨占、數據濫用） 本堂課以線上社交平台市場 Facebook 及 Twitter 為例，說明數位平台如何蒐集使用者資訊及運用大數據分析擴展使用者規模，並在雙邊平台的商業模式下獲取廣告收益。本堂課從反托拉斯法及數據保護法觀點，釐清數位平台使用消費者數據的界線。	2
10	2024-07-30(二)	結合：以線上搜尋引擎平台為例（規模經濟、隱私權侵害之	2

		虞) 接續第十二堂課，本堂課以線上搜尋引擎平台為例，探討兩個公司結合後，因數據庫合併所可能形成的獨占地位及隱私權侵害疑慮。在此基礎下，本堂課接著探討如何透過反托拉斯法中的結合規定避免上述侵害的發生。	
11	2024-08-05(一)	結合：以線上社交平台市場為例（進入障礙、平台守門人角色） 本堂課以線上社交平台 Facebook 及 Twitter 等為例，說明數位平台不僅在所提供服務的市場具有獨占地位，更有可能延伸該獨占地位至既存或新開創的市場。接著，本課堂將探討如何妥適規範平台與其合作事業間的合作關係，同時探討國家介入自由市場運作的必要性、限制與界線。	2
12	2024-08-06(二)	數位產業的管制	2
13	2024-08-12(一)	總複習（線上即時）	2
14	2024-08-13(二)	總複習（線上即時）	2
15	2024-08-19(一)	總複習（線上即時）	2
16	2024-08-20(二)	期末考試（報告）	2

備註：

- 1.請遵守智慧財產權觀念及勿使用不法影印教科書。
- 2.其他欄包含參訪、專題演講等活動。

Copyright©2024 National Yang Ming Chiao Tung University ALL RIGHTS RESERVED.