

南京航空航天大学

二〇〇八年硕士研究生入学考试试题

考试科目：经济法学

说 明：所有试题答案必须写在答题纸上，答案写在试卷上无效

一、简述题（每题 15 分，共 30 分）

1. 试述市场监管法原则
2. 试述土地使用权出让的法律特征及法律管制

二、论述题（每题 40 分，共 40 分）

1. 结合《反垄断法》的规定论述滥用市场支配地位

三、材料分析题（每题 40 分，共 40 分）

1. 找出材料中的价格违法行为

背景资料一

国家发改委公布的信息显示，2006 年 12 月 26 日，方便面中国分会在北京召开一届八次峰会，研究棕榈油和面粉涨价引起的企业成本增加问题。2007 年 4 月 21 日，方便面中国分会在杭州召开一届九次峰会，再次研究方便面调价日程。7 月 5 日，方便面中国分会又一次在北京召开价格协调会议，部分企业决定从 7 月 26 日起全面提价。

背景资料二

自去年（2006 年）年底开始，国内排名前几位的方便面寡头就召开了 3 次内部价格会议，最终达成一致意见：康师傅、统一、今麦郎、日清、农心等 10 多家知名企业全部参与统一调价（排名前十位的企业年销售收入占行业 90%）。白象等二线集团军在细分市场内称王，也有进一步提高市场份额的愿望，因而其也在涨价之风中跃跃欲试。另据报道，上海市消保委上周末对方便面价格进行调查时发现康师傅、统一两个品牌的部分碗装或杯装方便面的净含量存在 5%左右的“缩水”。上海市消保委表示，方便面“缩水”的行为属于隐性涨价。

背景资料三

“方便面集体涨价”产生了多米诺骨牌效应。近期，广式腊味、早茶点心类食品等也集体性涨价。而更具冲击力的是，日前 20 多家中式快餐企业同样在快餐联盟的组织下聚首北京，商讨行业涨价事宜。据悉，有部分餐饮企业提价幅度竟高达 30%。

四、案例分析（每题 40 分，共 40 分）

前段时间，在南京各大药店赫然摆放着一种叫“双奇胶囊”的胃药，在“双奇胶囊”的广告宣传中，出现了“以菌治菌、治愈快、不复发”“萎缩性胃炎不再怕、双奇实现逆转治疗”等醒目标题。而在“双

奇胶囊”的健康宣传手册中，明确表明“双奇中独有的 Cp 因子，对慢性胃炎的显效率达 93.89%、胃溃疡显效率达 95.39%、十二指肠溃疡的显效率达 96.79%、慢性结肠炎的显效率达 98.68%、顽固性腹泻的显效率达 99.88%”，药店导购员也把它当成专攻肠胃病的“灵丹妙药”来宣传，广告中一名患者称自己服用一个疗程，每天拉肚子七八次的症状就控制住了。可是拿起药盒，发现包装上，在“双奇”大字下面还标有一行近乎透明的小字“东方之子牌双歧胶囊”，不注意细看，根本不会发觉。且“双奇胶囊”的批准文号只是“国食健字”，是一种保健品而非为药品。正是这一种保健药，让众多的南京市民大失所望：去年，43 岁的黄女士在一媒体上看到“双奇胶囊”的广告，买了 3 个疗程共 9 盒“双奇胶囊”，吃了两盒后，黄女士感觉不到任何效果，药店的工作人员只是说坚持就会有效。去年 12 月份，她又吃了 4 个疗程的“双奇胶囊”，不但没有感觉病情好转，反而觉得时不时地腰酸、头晕，后来出现牙龈出血。家住白下区复成里的张女士花了 390 元买了 3 盒“双奇胶囊”，当时销售人员还赠送了一小盒，张女士开始吃的是赠品，服用后，她胃疼得不能忍受。这样的例子不胜枚举，一些著名的维权律师也主动联系，提倡有关受害人员登记，准备进行公益诉讼。

南京航空航天大学

二〇〇八年硕士研究生入学考试试题参考答案

考试科目：经济法学

一、简述题（每题 15 分，共 30 分）

1. 试述市场监管法原则

市场监管法原则是市场监管法制定和实施所遵循的基本准则。市场监管法原则应当统帅市场监管法的各规则、各环节，并与宏观调控法原则相区别。市场监管法的原则为：

（1）监管法定原则，在法治之下，市场监管行为必须有法律明确授权，同时还应当有法律明确的实体与程序的界定。监管法定原则要求监管的主体、权力和程序等均依照法律规定。

（2）监管公平原则，市场监管具有人类社会所需要的公平价值，在制定、实施市场监管法律规范时就应以实现公平、增进公平和彰显公平为基本准则，通过对市场交易法公平价值的矫正和恢复，均衡实现形式公平与实质公平、机会公平与结果公平。

（3）监管绩效原则，规定监管主体、监管权力、监管行为方式和行为程序的市场监管法规范，在制定前进行制度设计时的预期、在制定后运行时的绩效都应当是最大化的。追求和体现监管绩效的最大化，包括资源配置效率的最大化、技术进步速度的最大化、社会福利的最大化等。绩效最大化不仅考察单个市场或单个市场的局部，而应当全面考察各有关因素。

（4）监管适度原则，监管所适之度在于适市场监管法的法度，追求经济和社会协调发展的绩效之度，均衡达成形式与实质公平和机会与结果公平的公平之度，也就是说市场监管法的制定和实施，均须在法定的范围内，以实现绩效的最大化和公平的均衡化，作为制约监管手段的选择、节制监管权力运行的力度的基准。

2. 试述土地使用权出让的法律特征及法律管制

土地使用权出让是指国家将国有土地使用权在一定年限内出让给土地使用者，由土地使用者向国家支付土地使用权出让金的行为。土地使用权出让为土地的一级市场，国家垄断城镇土地一级市场，实行土地使用权有偿、有期限出让制度。

土地使用权出让有以下特征：

- （1）土地使用权出让的主体一方为出让方，另一方为受让方，而其出让方只能是国家；
- （2）土地使用权出让人和受让人的权利和义务直接由法律规定；
- （3）土地使用权出让的客体是一定年限的国有土地使用权；
- （4）土地使用权出让是要式法律行为。

土地使用权出让的法律管制有：

南京航空航天大学

二〇〇八年硕士研究生入学考试试题参考答案

考试科目：经济法学

- (1) 禁止城市规划区内集体所有土地使用权有偿出让；
- (2) 土地使用权出让必须符合土地利用总体规划、城市规划和年度建设用地计划；
- (3) 土地使用权出让必须拟订年度出让土地使用权总面积方案；
- (4) 土地使用权出让方案必须依照法定程序制定；
- (5) 限制土地使用权的最高年限。

二、论述题（每题 40 分，共 40 分）

1. 结合《反垄断法》的规定论述滥用市场支配地位

所谓市场支配地位，是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。

（1）认定因素

根据《反垄断法》，认定经营者具有市场支配地位，应当依据下列因素：

- ① 该经营者在相关市场的市场份额，以及相关市场的竞争状况；
- ② 该经营者控制销售市场或者原材料采购市场的能力；
- ③ 该经营者的财力和技术条件；
- ④ 其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度；
- ⑤ 其他经营者进入相关市场的难易程度；
- ⑥ 与认定该经营者市场支配地位有关的其他因素。

（2）推定因素

有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：

- ① 一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的；
- ② 两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的；
- ③ 三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。

有前款第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。

被推定具有市场支配地位的经营者，有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位。

（3）滥用市场支配地位行为的表现形式

根据《反垄断法》，禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为：

南京航空航天大学

二〇〇八年硕士研究生入学考试试题参考答案

考试科目：经济法学

- ① 以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；
- ② 没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；
- ③ 没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；
- ④ 没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；
- ⑤ 没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；
- ⑥ 没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；
- ⑦ 国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。

三、材料分析题（每题 40 分，共 40 分）

1. 找出材料中的价格违法行为

.（1）行业自治组织的越权行为。行业协会的主要功能在于为本行业的共同利益进行管理，在一定的程度上充当政府的助手，维护本行业成员的利益。但我国的价格形成中只有经营者和政府有定价权利，价格法并没有赋予行业协会的定价的权利，因此方便面协会在方便面价格形成过程中的行为明显是一种越权行为。

（2）价格垄断行为。即经营者通过相互串通或者滥用市场支配地位，操纵市场调节价，扰乱正常的生产经营秩序，损害其他经营者和消费者的合法权益，或者危害社会公共利益的行为。材料中排名前几位的方便面寡头的三次价格会议所形成的同一价格以及中式快餐聚成同盟商讨涨价事宜的行为，都是价格垄断行为。

（3）价格欺诈行为。即经营者利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其交易的行为。康师傅、统一两个品牌的部分碗装或杯装方便面的净含量存在 5% 左右的“缩水”，这种缩水行为，就是通过减少方便面的重量而保持整包方便面的价格不变，给消费者一种没有降价的假象，以诱导消费者购买，其实质也是一种涨价行为。因此，此行为构成价格欺诈。

（4）哄抬价格行为。即捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨。白象等二线集团在细分市场内涨价之风中的跟风行为以及部分餐饮企业 30% 的提价幅度都是哄抬价格的行为。

四、案例分析（每题 40 分，共 40 分）

1. 把“双奇胶囊”保健品当作药品来宣传和销售违反了《消费者权益保护法》、《药品管理法》、《广告法》的有关规定，根据规定，生产者和经营者有不做虚假宣传的义务，保健品宣传不许出现医疗用语和易与药品相混淆的言语，不得宣传有效率，上述行为侵犯了《消费者权益保护法》中的消费者知悉真情权。

南京航空航天大学

二〇〇八年硕士研究生入学考试试题参考答案

考试科目：经济法学

2. 经营者把只有成本价 30 元的商品以 130 元来销售，构成了《价格法》中的经营者的价格欺诈行为。

3. 消费者服用“双奇胶囊”导致消费者的身体健康受到伤害，侵害了《消费者权益保护法》中消费者的安全保障权，经营者也因此违反了保障人身和财产安全的义务和提供符合要求的商品或服务的义务；同时其也构成了《产品质量法》上的“产品责任”，生产者和销售者也违反了产品质量担保义务。

4. 双奇把保健品当作“灵丹妙药”的药品进行宣传，把“双岐胶囊”当作“双奇胶囊”是采用虚假标识扰乱市场秩序的行为，均都构成不正当竞争，违反了我国《反不正当竞争法》的规定。

5. “双奇胶囊”是保健品而非药品，但该保健品却以药品的名义在药店出售。违反了《药品管理法》中的不得以非药品按药品销售的规定，应当以假药论。

6. 药店欺诈、误导消费者的行为也违反了《合同法》中诚实信用的原则以及其他强制性义务。

综合以上，“双奇”违反的法律包括：消费者权益保护法，价格法，产品质量法，反不正当竞争法，药品管理法，广告法、合同法等。

对于文中出现的两个事例：

前一个事例中，黄女士前一阶段的购买合同因为“双奇”的虚假宣传和欺诈在先，因此，她可以主张撤销合同，退回该产品；另外，根据《消费者权益保护法》第四十九条的规定，对存在欺诈行为的商品或服务可获得双倍赔偿的规定，黄女士也可以向经营者要求双倍的赔偿。对于黄女士后阶段买的“双奇”，因为其使用之后给其身体健康造成了损害，因此构成违约责任和侵权责任以及产品责任的竞合，黄女士可以选其中任一责任索赔。

后一个事例中，张女士服用的是赠品，根据我国《合同法》规定，此赠品属于附义务的赠与，因此，赠与人在所附义务范围内承担与出卖人相同的责任。所以经营者所附的产品质量担保义务也同时延及该赠品中，故其对该赠品的瑕疵也应该承担产品责任。因此，张女士可以依照《产品质量法》中的产品责任要求经营者赔偿，当然也可以基于主合同的欺诈主张合同的撤销，根据违约责任或者侵权责任来主张权利。