
香港航空發動機維修服務有限公司
競爭法例遵守手冊

日期: 二零一五年十二月十四日

內容

	Page
A. 引言	1
B. 與競爭對手的交易	2
1. 基本守則	2
2. 合謀行為	2
3. 交換資料	4
C. 與第三方交易	8
1. 交換資料及軸輻合謀行為	8
2. 維持轉售價格	9
3. 獨家轉售權協議 / 不競爭責任	10
D. 單方面行為	12
1. 濫用市場權勢	12
E. 行業協會及工業團體	16
F. 拂曉突擊搜查及緊急應變	18
1. 調查員到達	18
2. 競委會的權力及合作的責任	18
1. 建立文件 / 保存指引	19
H. 實用貼士: 行為準則	20
I. 常見問題	22

A. 引言

競爭條例（香港法例第 619 章）包含兩項基本守則：第一行為守則及第二行為守則。

- **第一行為守則**禁止兩間或以上公司之間達成任何協議、協調做法或作出決定，而其目的或效果是會妨礙、限制或扭曲在香港市場的競爭。
- 根據**第二行為守則**，擁有相當程度市場權勢的公司不得濫用其權勢作出會妨礙、限制或扭曲香港市場競爭的行為。

本手冊為所有港發（「公司」）僱員提供有關競爭法例的基本指引，從而協助大家遵守。手冊依據競爭條例編寫。公司承諾會遵守本地及海外所有適用的競爭法例。違反該等競爭法例是嚴重罪行，公司可能面臨重罰或其他制裁，而個人則會被監禁。

你因此要小心閱讀本手冊。手冊不可能鉅細無遺，但總結了僱員需要熟悉與競爭有關的重要問題。

本手冊分為不同的段落。B 及 C 部份分別提供如何與競爭對手及其他第三方交易的指引。D 部份列出公司單方面的行為會引起的問題。E 部份特別指出身處行業協會及工業團體的環境下要注意的地方。最後，F、G、H 及 I 部份包括當公司遇到突擊搜查時，僱員應怎樣應付提供實用指引，建立文件要注意的地方，實用的行為準則，以及「常見問題」。

如果你有任何疑問或不能確定競爭法例如何應用在特定的環境下，請諮詢你的部門主管或人力資源部，他們會向港機法律部門尋求意見。如果你收到有關違反競爭守則的投訴(正式或非正式)，請立即向部門主管報告。

B. 與競爭對手的交易

1. 基本守則

- 1.1 香港競爭事務委員會(競委會)認為消費者(包括作為顧客的企業)會受惠於市場中的競爭。然而,當市場參與者就關鍵的競爭元素(例如價格、產量、產品服務質素、產品及服務種類以及創新)與其競爭對手串通時,則競爭市場帶來的益處將會被削弱。
- 1.2 競爭條例的**第一行為守則禁止兩個或以上的人或實體之間達成任何協議、經協調做法或決定,而其目的或效果是妨礙、限制或扭曲在香港市場的競爭。**
- 1.3 為了避免觸犯第一行為守則,你要遵循四個基本原則:
- (A) **不要**與公司競爭對手討論及約定價格、折扣、回扣、供應條款、利潤或其他商業條款。
 - (B) **不要**與公司競爭對手約定瓜分市場、地域、顧客或供應來源。
 - (C) **不要**與公司競爭對手約定限制生產、市場、發展技術或投資。
 - (D) **不要**與公司競爭對手交換非公開¹的商業敏感資料,包括未來價格、數量或策略。(更多資料請參考B.3條)

2. 合謀行為

- 2.1 **參與合謀行為屬於違法。** 合謀行為是指與競爭對手間達成減少競爭的協議或共識。合謀行為是違反競爭法例最嚴重的一種方式。
- 2.2 合謀行為不單包括書面及口頭協議,亦包括「君子協定」及其他足以令競爭對手間減少彼此競爭的「共識」。
- 2.3 違法的合謀行為包括:
- (A) **合謀定價:** 你絕不可以與公司競爭對手簽署協議,以訂定、維持、或以其他方式操控產品或服務價格為目標。這包括有回扣或折扣、訂價方法、以及關於成本及支付條款的協議。例如,絕不可以
 - (i) 聯絡競爭對手討論價格;或
 - (ii) 與競爭對手討論雙方都有購買的主要資源(例如原料、消耗品或服務)的價格。

¹ 如果取得資料的成本對所有競爭對手及顧客都是一樣的話,該資料會被視為「公開」(因而一般都可以交換)。而對於並非分享資料安排的一方因而要付出較高代價(例如,由於收集及核對資料而要付出的資源較高),這些資料被視為公開的機會不大。

(關於交換資料請另外參考 B.3 部份)

例子: 汽車經銷商合謀定價

於二零一四年，中國湖北省價格局就一汽大眾與八個奧迪經銷商合謀訂定汽車銷售及維修服務價格一事判罰合共二億七千九百萬人民幣。一汽大眾的奧迪銷售部門與奧迪經銷商透過價錢表及價格安排保證書方式進行合謀定價協議。

資料來源:

<http://www.hbpic.gov.cn/chn201201110924533/article.jsp?articleId=45084>

(B) **瓜分市場**：你絕對不能與競爭對手約定相互之間分配特定的市場或顧客及/或同意不在某些市場中競爭。這裡指的「市場」包括地理區域及不同等級的顧客。例如：

- (i) 不要與競爭對手訂定足以做成分配市場、銷售、地域、顧客或產品、或供應來源的協議；及
- (ii) 不要與競爭對手討論或制訂計劃阻止新入行者（潛在或真實）進入市場。

例如，如果一間旅行社與競爭對手約定互不競爭，自己專注商務旅行的公司客戶而對方只照顧休閒旅客，這會構成非法的瓜分市場協議。協議的結果是市場的競爭減少。

例子: 德國造糖業的合謀行為

於二零一四年，德國聯邦合謀行為辦公室就國內三間主要製糖商達成的違反競爭協議（當中涉及限制將糖銷售至各自的本土銷售範圍），判罰總共二億八千萬歐元。

資料來源:

http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2014/18_02_2014_Zucker.html

(C) **圍標**：你絕對不能與競爭對手達成關於投標價格或條款及條件的協議，當中包括不參與投標的協議。同樣，當公司招標時，打算投標的人士亦不應互相約定投標時的任何內容。

例子: 建築公司圍標

在二零零九年九月，英國競爭委員會裁定英格蘭 103 間建築公司於建築合約上密謀托價，總共罰款一億二千九百二十萬鎊。

托價是指在招標過程中一名或以上的競投者的出價明顯過高，高至不可能贏得合同，以致誤導招標者以為這是競爭的實況。此舉扭曲了招標過程，令到其他有可能提供較低價格的公司被拒之門外。

資料來源:

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://www.ofc.gov.uk/news-and-updates/press/2009/114-09>

- (D) **協議限制生產或供應:** 你絕對不能與競爭對手協議訂定、維持、操控、阻止、限制或消除貨物或服務的生產或供應。

例子: 牛肉處理商合謀行為

在二零零八年，歐洲法院裁定愛爾蘭牛肉處理商意圖於一年間減少處理總生產量 25% 的安排有礙競爭。根據協議，部份牛肉處理商同意於獲得其他處理商賠償後退出行業。

資料來源:

http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-728_en.htm?locale=en

- 2.4 合謀行為亦可以由競爭對手間接透過第三方，例如顧客、供應商、代理或承辦商，達成協議或共識產生。這些都被稱為「軸輻」合謀行為。詳細資料請參考C.1部份。

3. 交換資料

- 3.1 **與競爭對手交換非公開商業敏感資料一般被視為違法。**

- 3.2 最重要是記住「交換」不單指披露，也包括接收（在沒有合法的商業理由下），**假如你收到有關競爭對手的商業敏感資料，公司會被認定在決定其市場行為時有考慮過這些資料，因而觸犯了競爭法例。**

- 3.3 無論交換是發生在正式會議或普通朋友聚會，是經常性或只發生一次都無關重要。甚至乎與在競爭對手公司工作的朋友於工餘時間談論商業敏感題目時，你都要留意下述原則。

你不能與公司競爭對手交換的資料

- 3.4 **商業敏感資料**，包括（但不限於）企業一般不願向競爭對手披露的非公開資料。當中包

括:

- (A) 價格（包括價格、費用、訂價策略及計算方法），及與價格有關的資料，例如折扣及回扣（最近、現在及將來）；
- (B) 生產成本、成本結構、盈利及利潤率；
- (C) 生產量及銷售數量(例如銷售額或銷售價、特定顧客組別或地域的銷售額)；
- (D) 顧客、供應商、代理、承辦商或其他第三方的資料（包括有關個別顧客關係的詳盡商業資料）；
- (E) 策略性資料（最近、現在及將來）及風險；
- (F) 市場佔有率；
- (G) 將來有關投資、廣告、市場推廣或宣傳的計劃；
- (H) 產品品質、投資、技術及創新科技；
- (I) 投標資料〔包括公司（或競爭對手）何時會退出投標的資料〕；及
- (J) 公司（或競爭對手）對顧客、供應商、代理及承辦商的挑選、否決及終止合約。

3.5 如果你不能確定資料是否商業敏感，可以考慮公司或競爭對手會否覺得知道有關資料對他們會有用。倘若資料屬以下所述者，則有機會屬於商業敏感：**(a)** 在正常業務過程中，披露資料者不希望競爭對手得到該資料，因為對手有可能改變競爭行為；**(b)** 競爭對手可能藉交換得的資料改變商業決定或策略；或 **(c)** 現存或潛在的顧客或供應商有可能反對交換該等資料。

3.6 **如果公司或其競爭對手從該資料中取得競爭優勢，則資料有機會被視為商業敏感。**

3.7 如果你不能確定資料是否商業敏感，請諮詢你的部門主管。

例子: 糖果製造商

於二零一三年一月，德國聯邦合謀行為辦公室判罰糖果製造商 **Haribo** 及其營業代表合共二百四十萬歐元。**Haribo** 銷售部的高級職員與其他糖果製造商交換關於與不同主要零售商磋商情況的資料。

資料來源:

http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2012/01_08_2012_Haribo.html

你是否可以將商業敏感資料交給其他人？

- 3.8 除了不得直接與公司競爭對手分享商業敏感資料外，亦不容許透過第三方，例如公司顧客、供應商、代理或承辦商間接與公司競爭對手分享資料。(請另外參考C.1部份)
- 3.9 如果你認為確有需要與第三方分享資料，你要強調資料是機密及沒有你的批准不能與別人分享。
- 3.10 在適當的情況下，你應該要求收取資料者簽署不會向第三方披露資料的保密承諾。例子包括：
- (A) 當第三方有可能與公司競爭對手聯繫（例如共同的供應商或顧客）；及
 - (B) 當第三方是一組公司的其中一份子而該組公司的其中一員是公司的競爭對手（在這情況下，要小心起草保密承諾以避免披露給該集團內的其他公司）。

甚麼資料可以收集及使用？

- 3.11 你可以合法地收集及使用以下資料：
- (A) 真實的公開資料，即取得資料的成本對所有競爭對手及顧客都是一樣的，例如傳媒、網站、獨立的工業刊物；
 - (B) 歷史資料，只要它有足夠歷史性，使人不能從其中推斷出公司或其競爭對手現在及將來的政策或價格；及
 - (C) 累計性的資料，只要不能從整體數據中抽取到公司（或競爭對手）的個別數據。
- 3.12 只要一般的報告、研究及統計只涉及歷史性、累計性、匿名及／或公開的資料，這些文件可以在競爭對手間交換及使用。

從行業協會收集的工業資料又如何？

- 3.13 有關一般在行業協會及工業團體的環境下的行為準則，請參考E部份。
- 3.14 當行業協會的活動及非商業敏感資料的交換有助促進該工業的競爭性及提升有利於消費者的技術或工業品質標準，這一般會符合競爭法。但假如競爭對手及潛在競爭對手之間的分享資料及磋商會導致合謀行為及減少現在或將來的競爭，則會引起競爭法例關注。**行業協會不應被用作競爭對手間交換影響競爭的敏感商業資料的場所。**
- 3.15 你要特別小心在行業協會活動的環境中，不要提供或收取非公開的商業敏感資料，尤其是與價格有關的資料（例如，折扣、成本、貿易條款等）。你不要討論集體杯葛、圍標、合謀定價或瓜分市場的安排。絕對避免進行會減少行業協會成員間或來自第三方（例如，非行業協會的成員）競爭的討論。公司應單方面不受競爭對手影響下獨自作出商業決定。
- 3.16 競爭條例並不禁止發放累積歷史資料或整體工業價格走勢，惟該等資料不得從中推斷出個別公司的非公開商業敏感資料 – 請參考 B.3.11 部份。

3.17 當參加行業協會會議或交換資料時，請反問自己：

(A) 你提供的資料是否**非公開及商業敏感**，以及如果被競爭對手知道會否**損害公司**，又或如果是競爭對手提供的話你會否利用類似數據？如答案是肯定的，請不要披露該資料。

(B) 交換資料有否一個**真正有利於競爭的理由**？如果沒有，請不要交換資料。

3.18 向「基準俱樂部」(benchmarking clubs)提供資料與向行業協會提供資料應採用相同的處理手法。

例子: 丹麥貨運協會

於二零零九年二月，丹麥競爭委員會發現丹麥貨運協會 International Transport Denmark 與會員參與非法的交換資料活動，藉著協調會員行為及使價格一致而達致限制競爭。相應行為包括編制及刊印：(i) 一個預設計算陸路貨運成本的程式；(ii) 陸路貨運成本的預測；(iii) 等候時間的指定計算率；及 (iv) 建議運輸公司將指定與燃油有關的成本轉嫁給顧客。

資料來源:

<http://en.kfst.dk/Indhold-KFST/English/Decisions/20090225-ITD-has-exchanged-illegal-information-with-its-members?tc=E54958826ADF4DA190FADFA134162E12>

於二零一一年十二月，丹麥市法院裁定另一貨運協會 Dansk Transport og Logistik 非法交換資料罰款五萬五千歐元，當中涉及編製有指定成本走勢預測的陸路貨運計算程式。

資料來源:

<http://en.kfst.dk/Indhold-KFST/English/Judgements/20111215-Freight-transport-organization-fined-by-the-City-Court?tc=E54958826ADF4DA190FADFA134162E12>

C. 與第三方交易

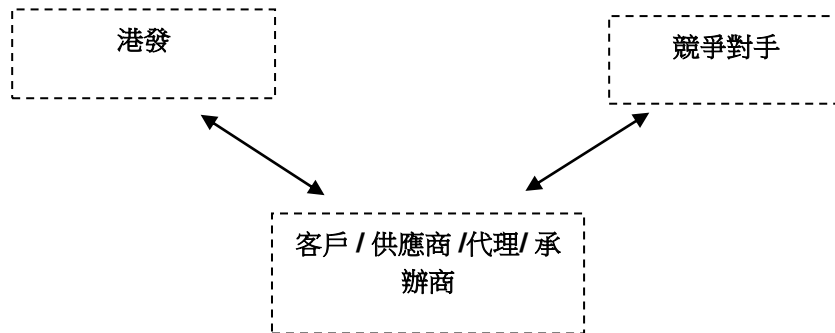
1. 交換資料及軸輻合謀行為

1.1 在B.2.4部份提到，透過被稱為「軸輻」的合謀行為，與並非競爭對手的第三方進行交易時亦會引發競爭風險。「軸輻」合謀行為是指競爭對手間接透過第三方例如顧客、供應商、代理或承辦商達成協議或共識。

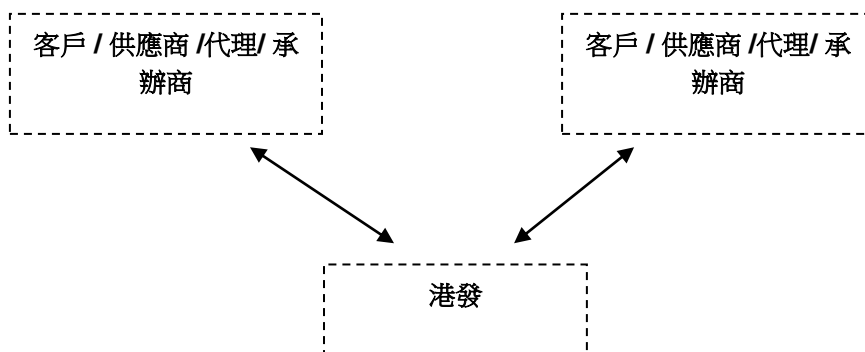
1.2 競爭對手透過第三方間接交換資料亦構成觸犯競爭法例，特別是有關資料可能幫助協調同一市場內的對手。你因此要小心商業敏感資料有可能透過第三方例如顧客、供應商、代理或承辦商間接分享給競爭對手。

1.3 兩類型的「軸輻」合謀行為列舉如下。

(A) 以公司為「輻」的「軸輻」合謀行為 – 在這情況下，公司及其競爭對手可以間接透過共同的顧客、供應商、代理或承辦商（或其他第三方）達成反競爭的協議或共識。



(B) 以公司為「軸」的「軸輻」合謀行為 – 在這情況下，公司成為「軸」，其顧客、供應商、代理或承辦商（或其他第三方）可以透過公司交換資料達成反競爭的協議或共識。



1.4 為了避免牽涉到「軸輻」合謀行為的風險，與顧客、供應商、代理或承辦商交易時你要小心確保：

(A) 假如第三方（例如顧客、供應商、代理或承辦商）可以取得公司任何非公開商業敏感資料，則不可以與公司任何競爭對手分享該資料。例如，應該與該第三方簽署保密協議；

(B) 假如第三方（例如顧客、供應商、代理或承辦商）可以取得屬於公司任何競爭對手的非公開商業敏感資料，你絕不可向第三方要求、收取或觀看該資料（即使你認為該資料會對你有幫助）。假如該第三方有向你披露屬於公司競爭對手的非公開商業敏感資料，你應該：**(a)** 清楚回應（盡可能以書面方式，如以口頭回應應有書面記錄）你將來不希望再收到任何商業敏感資料及；**(b)** 確保公司不會利用收到的資料作出商業決定；及

(C) 假如第三方（例如顧客、供應商、代理或承辦商）向公司提供任何自己的非公開商業敏感資料，你不可以向公司的其他顧客、供應商、代理或承辦商披露該資料（即提供資料的第三方的競爭對手）。

1.5 假如一個零售商有意全面增加零售價格，並通知其供應商，則該供應商不可以向該零售商的任何競爭對手披露該資料（即使這些競爭對手向供應商施壓以取得該資料）。

1.6 同樣，假如一個分銷商向兩個互相競爭的零售商供貨，任何一個零售商都不可以向分銷商索取關於其競爭對手的任何機密資料（例如即將生效的調高零售價格）。

2. 維持轉售價格

2.1 維持轉售價格是指供應商與轉售商達成協議，釐訂轉售商向其顧客售賣產品的價格。維持轉售價格，不論涉及設定一個指定價格，抑或只是最低價格，在很多地方都屬違法。競委會立場堅定，涉及直接或間接操控轉售價格的協議很可能帶有損害競爭的目的，因此違反競爭條例。

2.2 維持轉售價格亦可能以其他較不明顯的形式展現：

(A) 合謀訂定轉售商利潤；

(B) 合謀訂定轉售商在規定的價格範圍中可以提供的最高折扣；

(C) 只有轉售價格達到指定水平才會提供回扣或發還宣傳費用；及

(D) 將轉售價格與競爭供應商的轉售價格掛鉤。

2.3 因此，**你不可與公司的個別客戶訂定固定或最低轉售價格的協議。**

公司就轉售價格或訂定最高價格可否提出或是需要跟隨建議？

2.4 假使供應商只是向分銷商建議一個轉售價格或要求轉售商參考最高轉售價格，競委會並不認為有損害競爭的目的。然而，競委會會研究此類安排有否損害競爭的效果。

2.5 建議轉售價或最高轉售價格協議可能為分銷商定價建立一個「焦點」（分銷商一般都會跟隨建議轉售價或最高價格），及／或減輕供應商之間的競爭或另一方面有助供應商之間協調的時候，則會引起關注。當評估此類安排有否實際損害競爭的「效果」時，會考慮供應商在市場的實際地位。供應商在有關市場的權勢愈大，表示其行為有更大機會損害競爭。如有疑問，請諮詢部門主管聽取意見。

2.6 一般而言，只有在顧客或分銷商收到書面指示（而事實正是如此）可以自行決定價格的

情況下，供應商才能提出沒有約束力的轉售價格建議。另外，不可以用任何威逼、利誘或監視的方法要求顧客或分銷商跟隨建議轉售價格。

- 2.7 當建議轉售價或最高轉售價格安排混合其他措施（例如價格監察系統）變相成為固定或最低價格，這將會如維持轉售價一般須接受評估（請參考 C.2.1至C.2.3）。

例子: 領先戶外用品品牌總代理

於二零一二年，韓國公平貿易委員會就 Goldwin Inc. 參與維持零售價格判罰款五十二億五千萬韓圓（相當於四百五十萬美元）。Goldwin Inc.作為戶外用品品牌 North Face 在南韓的獨家代理，要求零售商跟從其指定的零售價格，違規者會受到暫停供應、終止合約及罰款的處分。

資料來源: 韓國公平貿易委員會二零一二年五月七日新聞稿

3. 獨家轉售權協議 / 不競爭責任

- 3.1 提供獨家轉售權或限制供應/購買競爭商品能力的條文會引起競爭的關注。這些條文可產生自不同的背景。

3.2 例子包括:

- (A) **獨家分銷協議**（供應商將其產品於特定區域內的獨家轉售權授予一家分銷商）及**獨家顧客編配協議**（供應商將產品轉售予特定顧客群組的獨家轉售權授予一家分銷商）。

一般而言，這些協議只有在供應商或分銷商擁有市場權勢，或者同一方獲授予多個獨家分銷權而足以嚴重限制品牌間的競爭的情況下，才會限制市場競爭。其他相關因素包括獨家轉售權的程度（例如，獨家轉售權是否涵蓋很廣闊的區域），市場上是否盛行獨家分銷權，以及安排是否可以基於其產生的效率而視為恰當（例如，這些安排會鼓勵分銷商投資及建立新產品的品牌形象）。

舉個例子，假如一家汽車分銷商獲授予輸入香港所有品牌載客車輛的獨家分銷權二十年，這將會造成從市場上排除其他汽車轉售商，並有可能被視為反競爭。

- (B) **供應商施加的不競爭責任**（例如買家/批發商不會向供應商的競爭對手採購）一般只會在導致以下情況時才被視為反競爭：(a) 失去品牌之間在店內的競爭（當限制施加於零售商而不是批發商時）；或 (b) 這些競爭對手被排除出市場以外。舉個例子，如果競爭的供應商可以向其他不受競爭約束的買家求助，則該不競爭責任不大可能會引起重大的競爭關注。要評估不競爭責任的反競爭效果，相關考慮因素包括供應商及其競爭對手的市場地位、限制的期限及範圍、以及不競爭在

市場上的流行程度。

- (C) **聯營協議**內的不競爭、不招攬及保密²條款必須按已接受的競爭原則逐一分析是否合理。簡而言之，限制的地理範圍、涵蓋的產品／服務、以及其限期應相當於（但不超過）聯營的範圍。
- (D) **合併與收購交易**中遇到的獨家權利條文 – 即要求一方只與對方單獨交涉 – 通常都不會引起競爭關注，因為在市場上不會造成反競爭效果，不過獨家權利的時限不應長於正常。

3.3 如你對以上安排有任何問題，請與部門主管聯絡。

例子：iPhone 手機獨家代理

在二零零九年，法國競爭委員會接納 Apple 及 France Telecom / Orange 承諾終止所有 France Telecom / Orange 獨家代理 iPhone 的安排。委員會經考慮 Orange 在市場的位置、iPhone 的吸引力及獨家代理權的範圍及持續期（五年，三年後可考慮退出）後，認為這些獨家條文會削弱流動供應商之間的競爭。

資料來源：

http://www.autoritedelaconurrence.fr/user/standard.php?id_rub=316&id_article=1297

² 保密條款是指限制一方於聯營結束後（例如，當一個聯營合夥人收購另一合夥人的權益）使用關於該聯營機密資料的條文。

D. 單方面行為

1. 濫用市場權勢

- 1.1 法例要求在市場處於強勢的公司需負上更多責任。根據 **第二行為守則**，在市場中具有**相當程度的市場權勢**的公司，不得濫用權勢妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為。在市場上有足夠強勢地位而不必受制於競爭對手的公司，乃合符具有「相當程度的市場權勢」的資格。
- 1.2 要判斷一間公司是否在產品市場具有相當程度的市場權勢，這將牽涉到複雜的經濟及法律分析。競委會在指引中並沒有提供任何市場佔有率的指標。
- 1.3 如果你對公司是否在特定市場具有相當程度的市場權勢有疑問，請與你的部門主管討論。
- 1.4 具有相當程度的市場權勢並不構成問題，但如果公司在市場具有相當程度的權勢時則不得濫用權勢，從事會損害香港競爭的行為，特別是當行為導致排斥現在的競爭對手或進入市場的新競爭者時，就會出現反競爭的效果。換句話說，利用反競爭的途徑（而不是增加效率）妨礙潛在競爭對手進入市場或現有競爭對手擴充都屬違法。
- 1.5 以下是部份被視為濫用權勢的行為。
- (A) **掠奪性定價**：假如公司在市場上具有相當程度的市場權勢，一旦從事掠奪性定價（即產品或服務價格低於成本以便淘汰競爭對手）則屬於違法。

例子：英航／Eurostar

於二零零四年十一月，法國競爭委員會收到英航的投訴，指來往巴黎及倫敦鐵路客運提供者 Eurostar 藉提供不足以收回成本的平車票濫用其支配地位，令乘客量達致飽和，從而將英航擠出巴黎至倫敦的市場。

委員會指出雖然 Eurostar 在巴黎至倫敦的客運市場有支配地位，但其政策並非掠奪性，亦不會對市場構成反競爭的效果。

資料來源：

<http://www.conseil-concurrence.fr/pdf/avis/07d39.pdf>

- (B) **獨家安排**³：與第三方的獨家協議如果有限制競爭，例如特別優待公司其中一個供應商或與顧客結盟（競爭對手因此不能爭奪該顧客的生意）則可能會引起對競爭的關注。

³ 有關獨家轉售權協議的更詳細資料，請參閱 C.3 條。

特別要指出，如果公司在相關市場具有相當程度的市場權勢，則獨家協議有可能違法。舉個例子，有一間公司在小工具供應市場具有相當程度的市場權勢，如果公司要求顧客只可以向該公司購買所有或絕大部份的小工具（因此排斥了較小規模的競爭對手），該行為有可能構成濫用權勢。

例子：白祿酒獨家代理

在二零零二年，英國競爭委員會對支配白祿酒供應市場的公司 **Bacardi-Martini Limited** 要求酒吧只售賣其白祿酒產品進行調查。經 **Bacardi** 保證會停止該反競爭行為後，委員會終止調查。

資料來源:

http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://www.ofg.gov.uk/news-and-updates/press/2003/pn_10-03

- (C) **搭售/捆綁銷售:** 如果公司在一個特定市場具有相當程度的市場權勢，而在市場銷售產品或服務(「搭售」產品或服務)時附帶要購買其他產品或服務(「搭售」的產品或服務)的條件則可能違法。上述即為「搭售」。

如果公司在一個特定市場具有相當程度的市場權勢，公司「捆綁銷售」其產品或服務也有可能違法。「捆綁銷售」出現於產品或服務以固定比例一同發售，或是當它們分開發售時，累計價格會高於捆綁銷售的產品或服務。

例子: 微軟於視窗作業系統搭售視窗媒體播放器

在二零零四年，歐洲委員會發現微軟將視窗媒體播放器捆綁於視窗作業系統內構成濫用行為(購買後者時要同時買前者)。微軟的行為實際上是利用其於個人電腦作業系統市場的支配地位打進媒體播放器市場。

資料來源:

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-04-382_en.htm

- (D) **忠誠回扣:** 如果公司在市場具有相當程度的市場權勢，公司提供回扣或折扣，藉以維繫顧客的忠誠，這有可能違法。

但如果折扣或回扣是基於真正節省成本，則有可能被允許。例如，統一的回扣(如購買超過一定金額則給予回扣，而這對所有顧客均一視同仁通常不大會惹起有關反競爭的關注。數量上的回扣(即按訂單的大小提供回扣)也有可能被允許，但這必須可以反映出是因經濟效益而真正節省到成本，而所有顧客都可以在不限制選擇供應商的情況下獲得回扣。

例子: 英航忠誠客戶回扣

在一九九九年八月，歐洲委員會就英航向旅行社提供忠誠客戶回扣判罰六百八十萬歐元。根據英航佣金計劃，對於達到銷售增長目標的旅行社，其所有售出的英航機票佣金均會有所增加，而這不只限於達到銷售目標後售出的機票。這等同於忠誠客戶回扣，即折扣只基於客戶忠誠度而非節省到成本。委員會的決定在二零零七年得到歐洲法院的支持。

資料來源:

[http://europa.eu/rapid/press-release_IP-99-504_en.htm?locale=en;](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-99-504_en.htm?locale=en)
[http://europa.eu/rapid/press-release MEMO-07-103_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-07-103_en.htm)

- (E) **拒絕供應:** 如果公司在市場具有相當程度的市場權勢，但在沒有客觀合理解釋的情況下在同一或不同市場拒絕供應給新顧客或停止供應給現有顧客，則有可能違法。

例子: 拒絕供應零件

在一九八八年有關富豪汽車的初步裁決中，歐洲法院認為車身板件設計經營者下列行為在某些情況下被視為濫用權勢: 拒絕向獨立維修商供應零件，零件定價極不公平，或決定停止給指定型號提供零件(雖然很多該型號的車輛仍在行走)。

資料來源:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?isOldUri=true&uri=CELEX:61987CJ0238>

- (F) **利潤擠壓:** 如果公司在上游市場具有相當程度的市場權勢亦同時活躍於下游市場，而公司向下游競爭對手訂定上游價格;以及向顧客訂定零售價格(下游競爭對手對此要參與競爭)時，有擠壓競爭對手利潤及妨礙對手有效競爭，這將會構成濫用權勢。決定擠壓利潤是否濫用權勢的相關因素包括:上游投入的資源不可或缺的程度及擠壓利潤的幅度。

例子: 運送藥物利潤擠壓

在二零零三年，英國公平貿易辦公室就 **Genzyme Limited** 濫用其於供應治療高雪氏症藥物市場上的支配地位，判罰六百八十萬鎊。**Genzyme** 另外亦活躍於運送藥物至病人家中的下游市場，當中只有一名競爭對手。通過藥物的定價政策，**Genzyme** 被認定有擠壓競爭對手的利潤。

資料來源:

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://www.offt.gov.uk/OFTwork/competition-act-and-cartels/ca98/decisions/genzyme>

- 1.6 如果你希望在公司有可能具有相當程度市場權勢的市場上提供或達成以上任何類型的安排，請先諮詢部門主管。

E. 行業協會及工業團體

- 1.1 前面B.3部份提過，**行業協會不應被用作競爭對手間交換影響競爭的敏感商業資料的場所**。本文 E部份應該與前面B.3.13 至 B.3.18部份一同閱讀。
- 1.2 為了避免觸犯競爭條例，你在行業協會會議上要注意以下幾點。
- (A) 會議議程應該在開會前流傳，清楚列明會議上討論的項目。
 - (B) 行業協會應在會議前提醒會員分享資料及會員之間的商議有可能引起對競爭法例的關注，因此會員不應交換非公開或商業敏感資料。
 - (C) 你**不應參與任何未經批准會引起對競爭法例關注的討論或活動** (有關資料詳情，請參考B.3.13至B.3.18部份)。如果在會議上發生有可能是反競爭的討論，你應該立即聲明要退出會議及確保會議記錄有記載你提出反對及提早離場。馬上將事情向部門主管匯報(部門主管因而可以決定是否需要採取任何行動維護公司最佳利益)。
- 1.3 會員可以交換公開或純粹一般性質的資料，例如一般報告、研究、統計及其他形式的累計數據，只要不能從這些數據推斷出個別公司的非公開商業敏感資料。
- 1.4 如果一定要交換個別數據，則只可以披露歷史數據。一般來說，可以披露超過十二個月的數據；但取決於特定市場的情況及數據是否不再構成在競爭方面屬敏感資料。不要交換任何超過十二個月但仍然是在競爭方面屬敏感的數據。
- 1.5 下列討論一般可以接受及不會觸犯競爭法例:
- (A) 健康及安全標準;
 - (B) 品質控制問題;
 - (C) 培訓課程題目; 及
 - (D) 新及建議的法例及規例 (特別是向有關政府部門表達代表該行業的意見)。但要注意，不容許就建議改變會如何影響貿易條款、利潤或價格進行討論及交換資料。
- 1.6 在行業協會或工業團體的論壇上不可以討論以下事宜:
- (A) 建議收取的價格、折扣或回扣 (即使協會或團體的會員沒有嚴格執行或會員間沒有約束力);
 - (B) 集體同意使用或不使用哪一個供應商;
 - (C) 產品待生產或售賣的數量，或為配合某一個合約的要求需要產品的數目;
 - (D) 涉及披露會員的非公開或商業敏感資料或做法的條款及條件(不論全行或個別會員適用); 及

- (E) 使用或不使用的貨物或材料的尺寸、設計、品質或表現的技術標準，直至有可能令這些標準失去競爭或排除市場上一定的對手，除非這些標準得到國際認可的標準機構批准。
- 1.7 以上適用於所有涉及競爭對手或其他公司僱員的情況，不只限於行業或供應協會會議，亦包括其他商業活動或會議及普通朋友聚會。
- 1.8 上述名單不可能沒有遺漏。其他類型的活動（例如，在沒有充分理由的情況下拒絕合資格申請人加入協會，或在某些情況下共同建立行業的標準條款及條件⁴）有可能抵觸競爭條例。如果你不能確定是否容許參加某個行業協會活動，請諮詢你的部門主管。
- 1.9 當協會的其中一個會員代協會作出或促成損害競爭的決定，該會員及協會在條例下有可能會負上法律責任。
- 1.10 如果在行業協會會議上有討論過以上任何一項，你都應該知會部門主管。

例子: 英國農業拖拉機交換登記

在一九九二年，歐洲委員會裁定一個農業拖拉機製造商及入口商商會成員之間的交換資料為反競爭。雖然數據以總計方面出現，但市場的高度集中意味著關乎個別業務的數據可以被分辨出來。

資料來源:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31992D0157>

⁴ 使用標準條款的協議有可能限制競爭。雖然如此，如果條款不影響價格，參與採用條款的過程是公開的，以及條款不具約束力開放給所有市場對手的話，則較不會引起關注。

F. 拂曉突擊搜查及緊急應變

1. 調查員到達

- 1.1 根據競爭條例，競委會可以調查發生在香港的懷疑反競爭行為。這包括有權進行不預先通知的造訪搜查物業及收集文件、資料及其他物件協助調查，而毋須事前通知(即所謂“拂曉突擊搜查”)。
- 1.2 如果有香港競爭委員會的人員到訪，你應該：
- (A) 保持鎮定及要有禮貌;
 - (B) 立即通知部門主管;
 - (C) 要求影印身份證明及任何授權書(「**授權文件**」)。檢查授權書是否有效(例如，檢查日期、指定授權內容、進行搜查的代理人及主任、搜查的特定目標及物業、有何抵觸而導致搜查)。要確定授權文件所指的是正確的物業(即確實是要搜查的物業);
 - (D) 通知競委會在搜查時你希望公司的法律顧問在場(在下面1.3部份有更詳細討論);
 - (E) 在等候律師到場時首先陪同競委會的職員進入會議室; 及
 - (F) 委派公司員工負責「盯緊」每一位競委會主任。不要獨自留下他們搜查檔案或於公司物業中隨意走動。
- 1.3 根據競委會自己的指引，如果公司要求法律顧問在搜查時在場而當時並無自聘的律師在物業中，則競委會的主任應等待一段合理時間，讓法律顧問出現。雖則如此，如果競委會認為等待法律顧問抵達會嚴重影響搜查的成效，或如果法律顧問不能在短時間內到達，則競委會沒必要等候。

2. 競委會的權力及合作的責任

- 2.1 競委會要取得由原訟法庭法官發出的搜查令後才有權進行拂曉突擊搜查。
- 2.2 接受拂曉突擊搜查的一方有責任按照搜查令的範圍與競委會合作。不合作的話將導致公司面臨罰款及/或個人面臨刑事處罰。

G. 建立文件及保存記錄指引

1. 建立文件 / 保存指引

- 1.1 **不小心用字可以將合法活動變得有可疑**。請記住任何事物都可以成為競爭調查的證據。在書寫前，請考慮是否該先與法律顧問通過電話商談。小心閱讀每個通訊確保不會理解錯誤。記錄資料(任何格式，包括電郵及手寫字條)時要特別留意以下的指引。
- (A) 小心用字 – 考慮數年後它們會如何出現及有否斷章取義。
 - (B) 不小心用字可以將合法活動變得有可疑。
 - (C) 避免使用聽來有犯罪意味的詞彙，例如「碎掉」，「閱讀後請毀掉」。
 - (D) 避免反競爭字眼，例如「我們實質上淘汰了市場的競爭對手」，「離間其他對手」，「如果我們這樣做，會消除所有競爭」。
 - (E) 避免貶低競爭對手或其產品的批評。
 - (F) 避免使人覺得某個顧客獲得優待，例如「這是特別為你而設的優惠」。
 - (G) 避免暗示對特定問題已取得「業界一致意見」，例如價格水平。
 - (H) 如果你要註明有參考循合法途徑(例如公開的來源)取得有關定價或競爭對手活動(例如，在電郵中)的資料，請清楚列明出處。
 - (I) 保存與競爭對手所有會議或通電的準確記錄。
 - (J) 任何向第三方 (合法地) 提供有關定價、成本及其他相關商業敏感的資料都要註明「機密」。
 - (K) 任何向自聘或外聘法律顧問尋求法律意見的來往文件都要註明「特權及機密」。

H. 實用貼士：行為準則

應當	不應當
一般情況	
根據正當可用資料在維護公司最大利益前題下作出獨立決定。	不要 同意競爭對手合謀制訂價格、折扣、回扣、附加費、員工或承辦商薪酬等。
與競爭對手及行業協會交易時 要 小心。	不要 通知競爭對手價格變動。
要 小心言行舉止，尤其是公司於該市場上有相當影響力。	不要 與競爭對手瓜分市場。
<p>在下列情況下(於採取行動前) 要尋求法律意見:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 如果你不清楚某些事情是否反競爭; • 如果你懷疑涉及圍標; • 成立聯營或遞交聯合投標之前; • 如果你不清楚行業協會或工業團體的某項會議議程; 或 • 如果你收到任何有關違反競爭法例的投訴。 	<p>不要參與串通投標，包括:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 同意不投標; • 同意遞交蓄意抬高投標價或含有(已知)不可接受條款的標書; 或 • 同意以退回編製托價標書成本或之後獲分配合約的形式攤分圍標利益。
要 小心用字。不小心用字會令合法的活動看來可疑。	不要 用有別於正常手續的方法銷毀電郵、公司檔案或工作日誌。
交換資料	
與競爭對手或透過行業協會分享資料時 要 確定你有正當的目的。	<p>不要與競爭對手交換或披露非公開商業敏感資料(不論直接或間接透過第三方)，包括:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 以往、現時或將來的價格資料(包括向客戶收取的價錢、折扣、回扣、特別條款、成本、原料等); • 以往、現時或預計的銷售目標; • 利潤及收入; • 決定價格的重要指標; • 與租客、供應商或其他第三方的商業關係;

	<p>及</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 未來營銷計劃及業務方向。
<p>行業協會會議</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 要保存每次會議的議程及記錄。 ● 開會前要研究每項議程。 ● 與競爭對手開會時要依足議程。 <p>如果討論離題觸及反競爭題目，則要提出反對，及作書面記錄。</p>	<p>不要與競爭對手交換發票、價錢單或其他價格資料(除非客觀上有需要，例如，你不能獨自投標唯有聯合投標)。</p>
<p>要保存一份競爭對手活動資料來源的記錄 (例如，公開予大眾取得的來源、傳媒)。</p>	<p>不要向傳媒披露商業敏感資料。</p>
<p>如果在將來不希望再收到任何商業敏感資料(假如你曾經收過的話)，要清楚地以書面回應。</p>	

I. 常見問題

問題一

在競爭法例下我能否與競爭對手合法地合作？

答案

首先，在同一市場的競爭對手應各自訂定與對手爭奪生意的商業策略。

原則上，競爭對手間的合作如果不會阻止、妨礙或扭曲在香港的競爭，則是可以的。值得與競爭對手合作自有其支持競爭的原因。可是，這並非簡單直接的評估，當中牽涉到法律及經濟分析。為了減低違反法例的風險，你要盡量避免與競爭對手合作及直接接觸。

- 在任何情況下，與競爭對手合作不能包括：規定、維持、增加或操控供應貨品或服務的價格；
- 分配生產或供應貨品或服務的銷售、地域、客戶或市場；
- 規定、維持、操控、阻止、限制或消除生產或供應貨品或服務；或
- 圍標。

在與競爭對手進行任何形式的合作前(例如聯合投標或聯營)，你應該先諮詢部門主管。

有關與競爭對手交易一般規定的詳情，請參考本手冊 B 部份。

問題二

我可否在非正式場合詢問在競爭對手公司工作的朋友關於他們的商業成本、價格、業績及策略?當我的朋友或第三方開始與我分享這些資料時我應該怎樣做?

答案

不論工作時或是在非正式場合，你都不應該要求得到任何非公開的商業敏感資料(特別是現在及將來的定價及策略性資料)。

如果交談過程中觸及敏感題目，你應該將談話內容局限於一般事情上，以及(如有需要)表示你的僱主——港發——有政策禁止僱員披露任何有關公司的商業敏感資料或由競爭對手收取此等資料。如果他們仍然繼續討論商業敏感資料，你應該終止談話或離開，及立即通知你部門主管(留待他決定採取所需行動)。

要知道更多資料，請參考本手冊 B 及 E 部份。

問題三

可以透過第三方例如顧問得到關於競爭對手的非公開商業敏感資料嗎?

答案

不論是競爭對手之間直接交換或間接透過第三方，如果交換的主題屬於商業敏感，你亦有可能觸犯競爭法例。

有關詳情，請參考本手冊 B 部份。

問題四

我可否與競爭對手協議並非關於價格的條款，例如市場推廣方式？

答案

競爭法例並不只限於規管與價格有關的條款。如果你與競爭對手協議並非關於價格的條款(或與競爭對手分享並非關於價格的敏感資料)而此舉會制止、限制或扭曲在香港的競爭，你都有可能觸犯競爭法例。

有關詳情，請參考本手冊 B 部份。

問題五

香港競爭條例有追溯期嗎？

答案

沒有。若有關行為於二零一五年十二月十四日競爭條例生效前發生，而該行為在該日後沒有繼續，競爭條例將不適用於此行為。可是，競爭條例並不容許持續的反競爭行為。如果行為在競爭條例生效後繼續，競爭條例將適用於此類持續行為。

問題六

我在公司的一個運動鞋品牌批發業務工作。我可否詢問在零售業務工作的同事關於他們其他與我競爭的鞋品牌批發商或供應商的策略及定價？

答案

不可以。批發業務的僱員要確保他們不會使用或接收由零售業務工作的同事傳來影響競爭的敏感資料。應設立內部防範規定，確保這些資料不會流通至批發業務。如果沒有內部防範規定，公司在制訂批發業務的價格及政策時會被認為有考慮過競爭品牌的定價或其他策略性意圖。

有關詳情，請參考本手冊 B 部份。

問題七

我的供應商為其產品提供了建議售價。我需要跟隨這些建議嗎？有競爭方面的問題嗎？

答案

你沒必要跟隨建議售價。如果你認為採用建議售價符合公司商業利益，你可以隨便使用。但是，如果你認為採用高於或低於建議售價的零售價才符合公司利益，你可以著手進行。

只要這些都是真正實在的建議價格，並不會觸犯競爭條例。但是，假如供應商施壓或採取行動強制執行這些建議價格，或者供應商與公司對轉售價格默許同意或有共識，則有可能已違反了第一行為守則。

要知道建議轉售價格協議的更多資料，請參考本手冊 C 部份。

問題八

一個很重要的客戶詢問我是否資助其競爭對手(亦是我的客戶)的推廣活動以及，如果有的話，會否在同一段時間向其提供相同的推廣資助以便追貼價格。我可以怎麼做？

答案

你要抵住任何來自第三方(包括客戶)要求你披露另一第三方競爭對手有關影響競爭的敏感資料的壓力，以免牽涉到「軸輻」合謀行為。影響競爭的敏感資料包括供應商提供給客戶有關折扣或推廣活動的非公開資料。

同樣地，你應該獨立考慮每個客戶的推廣策略。互相競爭的客戶不應該利用你作為他們達成協議或瞭解雙方業務條款的渠道。

有關「軸輻」合謀行為的詳情，請參考本手冊 C 部份。