

濫用市場權勢 大石砸死蟹？！

有大集團或大商家利用在市場的絕對優勢，不惜以蝕本價、捆綁銷售等手段，削弱競爭，甚至迫使競爭對手退出市場，限制了消費者的選擇……這些「大蝦細」的反競爭行為，嚴重損害消費者的利益和公平的市場競爭！

支持機構：競爭事務委員會

清晰・概念

濫用市場權勢 (Abuse of Market Power)

擁有市場權勢本身並不違法，然而，當擁有相當程度市場權勢的企業濫用該權勢，便可能引起競爭上的問題。這些「又大又壞」的企業或會透過掠奪性定價、搭售、捆綁銷售或拒絕交易等手段，將競爭對手排出市場。這些行為會減少消費者的選擇，甚至導致價格飆升。

掠奪性定價 (Predatory pricing)

具相當程度市場權勢的企業將貨品／服務以明知會虧蝕的低價出售，迫使競爭對手退出市場或試圖「懲罰」規模較小的競爭對手。該企業在短期內或會虧蝕，但同時亦預期長遠能收取更高的價格。

搭售及捆綁銷售 (Tying and bundling)

搭售是指供應商將顧客購買一種產品（被搭售產品），作為向其銷售另一種產品（搭售產品）的先決條件。捆綁銷售則是指將兩件或以上產品組成套裝以折扣價出售。在套裝內某一產品的市場上具有相當程度市場權勢的企業，可憑藉捆綁銷售，令供應套裝內其他產品的競爭對手無法覓得顧客，從而損害競爭。

拒絕交易 (Refusal to deal)

具相當程度市場權勢的企業拒絕向下游市場的競爭對手供應原料，或故意以不合理的條款（如過高價格）供應有關原料，從而打擊這些競爭對手。尤其當所涉及的原料對下游市場的企業而言是不可或缺時，有關做法便有可能引起競爭上的問題。

案例資料

微軟濫用市場權勢被歐盟重罰

90年代全球視窗操作系統市場的領導者微軟濫用市場主導地位，拒絕向其競爭對手提供開發產品所必要的系統兼容技術（interoperability information），其對手因而無法與微軟所生產的工作組伺服器操作系統產品作出競爭。微軟亦利用其在視窗操作系統市場上的壟斷優勢，迫使消費者同時購買由微軟開發的媒體播放器Windows Media Player。微軟的濫用市場權勢行為封鎖了工作組伺服器操作系統及媒體播放器的市場，令其他競爭對手無法與其競爭。歐盟委員會因應微軟的競爭對手Sun Microsystems的投訴，對微軟展開了5年的調查，結果指微軟濫用市場權勢，下令微軟須繳付4.97億歐元的罰款，並要在限定時間內採取糾正措施。

知識探究

《競爭條例》在第一及第二行為守則均設有「低額模式」的安排，令中小型企業得到一定的保障。在不涉及「嚴重反競爭行為」（包括合謀定價、圍標、瓜分市場及限制產量）的情況下，第一行為守則不適用於全年總計營業額不超過2億港元的企業之間所作的安排。第二行為守則亦不適用於營業額不超過4,000萬港元的企業。

〔配對遊戲答案：1c、2a、3b〕



分析・思考

- 1 微軟曾拒絕向其競爭對手提供什麼資料？此舉如何影響工作組伺服器操作系統的開發商？
- 2 根據資料，微軟以哪種方式銷售Windows媒體播放器？他們為什麼這樣做？
- 3 這種銷售手法對競爭對手帶來什麼影響？
- 4 一間小規模的公司，若把兩款產品作捆綁式銷售，會產生如微軟所引致的問題嗎？
- 5 配對遊戲：你能分辨濫用市場權勢的不同例子嗎？

1. 掠奪性定價

2. 搭售及捆綁銷售

3. 拒絕交易

- a. 具相當程度市場權勢的企業，憑藉搭售或捆綁銷售方式，封鎖被搭售產品或有關套裝組成產品的市場，令這些市場上的競爭對手無法覓得顧客，破壞市場競爭。
- b. 具相當程度市場權勢的企業為打擊下游市場的競爭對手，拒絕或故意以不合理的條款（如過高價格）向其供應原料。如所涉及的原料對下游市場的企業而言是不可或缺時，有關做法便有可能引起競爭上的問題。
- c. 具相當程度市場權勢的企業，透過低於成本的定價損害競爭。他們有能力及資本定出明知會虧蝕的低價，迫使競爭對手退出市場，以期長遠能收取更高的價格。

（答案見本頁）

拉闊眼界

新加坡自引入競爭法以來，中小型企業的數量及其對經濟的貢獻都有所增加。從2006年至2014年，新加坡中小型企業數量由13萬增加至18.9萬家，佔新加坡企業總數的比例由92%增加至99%，中小型企業所聘請的僱員數目佔僱員總數的百分比亦由56%上升到66%。

參加「競爭有道」宣傳創作比賽 贏取新加坡遊學之旅

參加資格：全港中四、中五（或其他學制同級）學生及老師
 獎項：大獎三隊可贏取三日兩夜新加坡遊學之旅
 報名截止日期：2017年4月13日
 遞交作品截止日期：2017年5月15日
 查詢電話：2515 5052（張先生）

比賽詳情



www.compete.hk