

常见问题

1. 本案涉及哪些分销商？它们分销哪些私家车品牌？

共有七个分销商向竞委会提出承诺，涉及 17 个私家车品牌，它们是：

分销商	私家车品牌
Cartel Motors Limited	雪铁龙
大昌行集团有限公司	本田及日产
Inchcape International Holdings Limited	积架、Land Rover、丰田及凌志
锦龙汽车集团有限公司	起亚、Volkswagen 及奥迪
意美汽车（香港）有限公司	富士
森那美汽车集团（香港）有限公司	宝马、MINI、三菱及铃木
宏益控股有限公司	万事得及福特

2. 竞委会在调查过程中识别出哪些具限制性的汽车保用条款？这些条款在哪里出现？

竞委会识别出下列具限制性的汽车保用条款：

不论相关保养服务或维修项目是否属于保用范围，

- (i) 部分条款明确要求顾客只可在特约维修中心进行保养及／或维修，才能令保用继续生效；及
- (ii) 部分条款有可能令顾客相信，汽车如非在特约维修中心进行保养及／或维修，其保用会失效。

这些具限制性的条款，通常是在顾客购买新车时获提供的标准保用条款内出现，视乎不同的汽车品牌，标准保用有效期介乎 2 至 5 年。此外，这些条款亦见于顾客购买新车时获提供的免费延长保用，这种保用将原有保用期额外延长两、三年，但通常只涵盖车辆的某些部件（通常是动力系统）。

3. 竞委会采用了甚么方法调查本案？调查结果为何？

在调查期间，竞委会接触了相关市场的参与者，并深入分析具限制性的汽车保用条款。此外，竞委会亦公开邀请公众提供资料，特别是私家车车主及独立车房的意见，这些意见确认了竞委会对业界做法的评估。

根据调查结果，竞委会关注到这些保用限制可能在车主身上产生锁定效果，阻遏了他们于保用期内到独立车房检修车辆的念头。这个潜在的锁定效果，或会令独立车房较难与特约维修中心有效竞争，并且不必要地令车主的服务选择大幅减少，最终导致保养及维修价格高昂。

大部分向竞委会提交意见的车主表示，如果可以选择，他们愿意在保用期内到独立车房检修其车辆。

4. 根据建议中的承诺取消保用限制，对私家车车主及独立车房有甚么好处？

如竞委会接受建议中的承诺，当私家车需要检修保用范围以外的项目时，车主可选择光顾独立车房，而无需承担不在特约维修中心检修而引致保用失效的风险。

建议中的承诺并不会针对其他没有引起竞争问题的保用条款，该些条款将继续生效。例如，要求在特约维修中心进行保用项目维修的条款仍会保留，这类维修在保用期内通常无需车主缴付额外费用。

至于保用范围涵盖哪些零件，则视乎个别保用政策而定。现有及准车主应查阅其车辆的保用政策，了解保障范围及不受保障的情况。

建议的承诺除了令车主受惠，亦会为独立车房带来正面的改变，让独立车房有更多机会参与竞争。

5. 何谓《竞争条例》（《条例》）第 60 条下的「承诺」？

根据《条例》第 60 条，竞委会可在任何阶段，接受被调查的各方采取或不采取任何行动的承诺，前提是竞委会认为该承诺能释除其对有关行为可能违反竞争守则的疑虑。而竞委会在接受承诺前，无需得出该行为已违反第一行为守则的结论。

如竞委会接受承诺，或会同同意终止其调查，以及不在竞争事务审裁处就该等承诺所涵盖的事宜提起法律程序，或终止已提起的法律程序。《条例》中并没有规定作出承诺的各方须承认违反竞争守则。如某方没有遵守该承诺，竞委会可向审裁处申请强制执行该承诺。

6. 本个案为何适合以承诺方式处理？

竞委会认为本个案适合以承诺方式处理，原因是建议的承诺能针对性及有效地，释除该会在调查过程中对有关行为的疑虑。该等承诺确保分销商不会执行保用限制，亦不会将限制收录于新车的保用条款内，分销商亦会将有关的修订，正式通知现有客户，因此能确保问题迅速解决，是与本个案相称的应对措施。

7. 如何就建议的承诺提交意见？

所有申述应按以下方式提交至竞委会：

- (a) (建议方式) 电邮至 Consultation@compcomm.hk，请在电邮的主题注明个案编号 EC/02UB；
- (b) 传真至 +852 2522 4997；或
- (c) 邮寄：
香港黄竹坑
黄竹坑道 8 号
19 楼 South Island Place
竞争事务委员会
提交申述（个案编号 EC/02UB）