

## 根據《競爭條例》附表 2 第 4 條就競爭事務委員會接受網上旅行社個案 (EC/02NJ) 中的承諾發出的通知

### 1. 引言及行政摘要

#### 競委會的調查

1. 競爭事務委員會（「**競委會**」）已根據《競爭條例》（第 619 章）（「**《條例》**」）第 39 條進行一宗調查，該調查關於網上旅行社從事懷疑反競爭行為，涉及他們與香港的住宿提供者<sup>1</sup>之間的若干協議條款。
2. 三個受調查的網上旅行社網站（相關的法律實體列明於下文第 12 段，統稱「各方」）為：
  - a. Booking.com（「**Booking**」）；
  - b. Expedia.com（「**Expedia**」）；及
  - c. Trip.com（「**Trip**」）。
3. 競委會在調查中審視了上述網上旅行社與住宿提供者的協議的主要條款，而這些條款要求住宿提供者：
  - a. 一直給予相關網上旅行社等同或優於這些住宿提供者在所有其他銷售渠道提供或適用的價格（然而不包括該住宿提供者自家的網上銷售渠道）（「**廣義平價**」）<sup>2</sup>；

---

<sup>1</sup>「住宿提供者」在本通知中包括於香港供應房間並與網上旅行社簽訂合約的酒店、賓館、民宿，或任何其他類型的住宿服務提供者。

<sup>2</sup>「廣義平價」與「狹義平價」條款的區別，在於後者只要求住宿提供者一直給予相關網上旅行社等同或優於該住宿提供者在自家的網上銷售渠道所提供的價格。以下描述的承諾並無包括各方不實施狹義平價條款的承諾，該類條款可帶來促進競爭的效益，避免該住宿提供者出現「搭順風車」這個不勞而獲的情況。參見下文第 49c 段。

- b. 一直給予相關網上旅行社等同或優於這些住宿提供者在所有其他銷售渠道提供或適用的房間條件（然而不包括該住宿提供者自家的網上銷售渠道）（「**廣義條件平等**」）；以及
- c. 一直為相關網上旅行社提供的房源，最低限度須等同於該網上旅行社的競爭對手獲提供的房源（「**房源平等**」），

統稱「**相關條文**」。

4. 據競委會調查所得：

- a. **Booking** 與住宿提供者的某些協議包括要求廣義平價、廣義條件平等及房源平等的條款；
- b. **Expedia** 與住宿提供者的某些協議包括要求廣義平價、廣義條件平等及房源平等的條款；以及
- c. **Trip** 與住宿提供者的某些協議包括要求廣義平價的條款。

5. 競委會認為，各方在其與住宿提供者的協議中包括第 4 段所列的條款，可能已藉此訂立及執行，及正執行可能會妨礙、限制或扭曲競爭的協議，違反《條例》第 6 條（「**第一行為守則**」）。

*接受有關各方提出的承諾*

- 6. 各方已根據《條例》第 60 條提出採取及不採取特定行動的承諾（「**承諾**」）。
- 7. 按《條例》附表 2 第 2 條的要求，競委會於 2020 年 3 月 31 日就承諾（包括就其擬接受承諾這方面）發出通知，並要求不同人士於 2020 年 4 月 14 日前作出申述。<sup>3</sup> 因應相關持份者的要求，競委會延長提交申述的期限至 2020 年 4 月 23 日。
- 8. 競委會於 2020 年 4 月 23 日的期限前收到 3 份就承諾所作的申述，均已於其網站發布，並於下文第 5 部概述。

---

<sup>3</sup> 參見競委會根據《競爭條例》附表 2 第 2 條就競爭事務委員會擬接受網上旅行社個案 (EC/02NJ) 中的承諾發出的通知，該通知於 2020 年 3 月 31 日發布，載於競委會網站。

9. 競委會在仔細考慮所收到的申述後，認為有關承諾在作出兩項（列明於下文第 50 段的）修改後，對釋除競委會對可能違反第一行為守則的疑慮屬適當的。根據《條例》附表 2 第 4 條，競委會現根據《條例》第 60 條發出其接受承諾的通知。
10. 本通知餘下部分詳述下列各項：
- a. 事實背景（第 2 部）；
  - b. 競委會識別出的競爭問題（第 3 部）；
  - c. 各方提出的承諾（第 4 部）；
  - d. 就承諾所收到的申述（第 5 部）；及
  - e. 競委會接受承諾（第 6 部）。
11. 各網上旅行社的承諾在諮詢過程後已作修改，載於本通知的**附件 1（Booking）**、**附件 2（Expedia）**及**附件 3（Trip）**。

## 2. 相關事實背景

### *有關各方*

12. 有關各方是香港三個主要網上旅行社集團的一部分，構成大部分在香港的網上旅行社的住宿預訂。有關各方如下：
- a. 就 Booking 而言為 Booking.com B.V. 及 Booking.com (Hong Kong) Ltd.。Booking.com 由 Booking.com B.V. 經營，且由 Booking.com (Hong Kong) Ltd. 在香港提供支援。Booking.com B.V. 及 Booking.com (Hong Kong) Ltd. 是 Booking.com Holding B.V. 的直接及間接全資附屬公司。Booking.com B.V. 及 Booking.com Holding B.V. 於荷蘭註冊成立，Booking.com (Hong Kong) Ltd. 則於香港註冊成立；
  - b. 就 Expedia 而言為 Expedia Lodging Partner Services Sarl。Expedia Lodging Partner Services Sarl 是 Expedia 經營住宿預訂業務的主要實體，並與 Travelscape, LLC（以 Expedia Travel 名義經營）、VacationSpot S.L.、Hotels.com, L.P.、BEX Travel Asia Pte., Ltd. 一同與香港的住宿提供者簽訂住宿合約。每個實體均是 Expedia, Inc. 的直接或間接附屬公司。Expedia 的承諾，

是關於為消費者提供住宿預訂服務的 Expedia 集團品牌網站，包括在香港的品牌 Expedia (Expedia.com.hk) 及 Hotels.com；以及

- c. 就 Trip 而言為攜程國際旅遊（香港）有限公司（「攜程旅遊香港」）及攜程旅行網（香港）有限公司（「攜程香港」）。攜程旅遊香港這間控股公司被用作與香港的住宿提供者簽署所有供應協議的簽訂方。攜程香港是攜程旅遊香港的相關聯公司，並經營 Trip.com 網站。攜程香港及攜程旅遊香港均是 Trip.com 集團的一部分。攜程旅遊香港及攜程香港的承諾，是關於網上旅行社品牌 Trip.com 及 Ctrip.com。

### *調查範圍*

13. 有關各方是香港三個主要網上旅行社集團的一部分，同時尚有一些較小型的網上旅行社於香港經營。競委會的調查亦已涵蓋這些在香港的其他網上旅行社，但只發現相關條文存在於各方與住宿提供者的合約。競委會於接受有關承諾後結束部分調查，但只限於就承諾所涵蓋的網上旅行社品牌所作的調查。競委會會繼續調查餘下為數有限的網上旅行社品牌，而如競委會在這些品牌與香港的住宿提供者的協議中識別出任何引起疑慮的條款，競委會將會採取進一步行動。
14. 競委會的調查沒有識別出整合式搜尋器或「聚合」網站方面的問題。這些聚合網站比較不同住宿提供者及網上旅行社提供的產品，並導向消費者至相關住宿提供者或網上旅行社以進行住宿預訂（而他們本身並沒有提供住宿預訂服務）。一般來說，經營這些整合式搜尋器的公司不會與住宿提供者直接訂立合約。由於他們與網上旅行社的功能各異，這類整合式搜尋或比較網站不牽涉入與香港住宿提供者的合約中施行或執行相關條文。

### *網上旅行社在住宿提供者房間銷售中的角色*

15. 住宿提供者透過自家銷售渠道以及其他渠道，例如傳統的非網上旅行社及網上旅行社（例如各方）接觸顧客。
16. 網上旅行社於互聯網經營平台，消費者可在平台上搜尋並預訂使用這些平台的住宿的房間。住宿提供者與網上旅行社簽訂協議，於平台註冊並在平台上載關於住宿的資料及相片。
17. 消費者瀏覽網上旅行社的平台時，可以搜尋住宿提供者，根據價格等不同準則比較住宿，然後訂房。網上旅行社不會因消費者以此方式使用其平台而收費。

18. 住宿提供者在網上旅行社的平台設定向消費者展示的房間價格，網上旅行社則從住宿提供者收取每項銷售的佣金。網上旅行社通常不會承包房間的銷售，而是擔任代理，代表住宿提供者推銷房間。
19. 為盡量提高入住率，住宿提供者普遍於數個網上旅行社註冊。網上旅行社網站的住宿提供者數量愈多，愈能吸引消費者，而愈多消費者瀏覽的網上旅行社網站，對住宿提供者來說亦通常愈吸引。

### 3. 競委會識別出的競爭問題

20. 本節會解釋有關承諾謀求處理的競爭問題。
21. 住宿提供者及網上旅行社之間的協議，構成縱向協議，即訂立協議的業務實體在分銷鏈上不同層面營運，故他們並非競爭對手<sup>4</sup>。競委會已評估相關條文是否會有第一行為守則所指的損害競爭的潛在效果。

#### *廣義平價條款*

22. 由於在設有廣義平價條款的情況，在各個互相競爭的網上旅行社網站上，住宿提供者的房間價格會時刻相同，因此可能造成減弱網上旅行社之間競爭的效果。
23. 如沒有此條款，網上旅行社可能會嘗試以較低的佣金率，吸引住宿提供者使用其平台。但如設有廣義平價條款，即使該網上旅行社收取的佣金率較低，住宿提供者亦無法相應地降低房價來反映較低佣金率的情況。因此，該網上旅行社下調佣金率後，消費者對其服務的需求亦不會隨之而增加。這樣有可能令該網上旅行社更無意欲下調佣金率，網上旅行社在佣金率上的競爭亦會因此而減弱。
24. 此外，設有廣義平價條款還有另一個潛在效果，網上旅行社提高佣金率後，其經營的平台上的房價亦不會上調至高於其競爭對手。如網上旅行社提高佣金率，住宿提供者可選擇上調房價，以反映成本上漲，但這決定意味著住宿提供者亦須對其他沒有提高佣金率的網上旅行社的平台提高房價，另外也可選擇自行消化上調的佣金。住宿提供者無法只是對成本較高的網上旅行社平台提高房價（這做法會驅使該網上旅行社平台的消費者轉用其他網上旅行社，而對該網上旅行社造成競爭壓力）。因此，除非住宿提供者打算完全棄用該網上旅行社，否則，廣義平價令住宿提供者可對這些網上旅行社施加的競爭壓力減低，亦有減弱競爭的潛在效果。

---

<sup>4</sup> 詳情請參閱競委會《第一行為守則指引》第 6.5 至 6.9 段。

25. 廣義平價條款也可能有妨礙新網上旅行社或較小的網上旅行社進入市場及擴張業務的效果。特別是有意進入市場的網上旅行社或較小的網上旅行社未必能向住宿提供者提出較低佣金率來換取較住房價，從而與固有市場參與者有效競爭。

#### *房源平等條款*

26. 此外，房源平等條款可能造成的效果，是妨礙住宿提供者向成本較低的網上旅行社（即向住宿提供者收取較低佣金的網上旅行社）增加房源，並以此作為獎勵，或激勵不同的網上旅行社彼此一較高下。
27. 由於網上旅行社在佣金率上競爭的誘因較少，而且這些條款對新競爭對手及較小的網上旅行社也可能造成封鎖效果，因此可能有減弱網上旅行社之間的競爭之效果，就如廣義平價條款的情況。尤其是由於網上旅行社預期向住宿提供者提供較低佣金率未必代表可獲分配較多房間，因此他們向住宿提供者提供較低佣金率的誘因可能較少。

#### *廣義條件平等條款*

28. 廣義條件平等的競爭問題與平價及房源平等類似。具體而言，假如某網上旅行社與某住宿提供者簽訂的協議中設有廣義條件平等的條款，即使其他網上旅行社向該住宿提供者收取較低佣金率，所獲的房間條件亦不會比已簽訂該平等條款的網上旅行社更佳，因此可能無法從中受惠。
29. 由於網上旅行社下調佣金率後，該住宿提供者向其提供的房間條件亦不會更佳（該網上旅行社網站亦不會出現消費者流量增加的潛力），因此這條款的潛在效果是減低網上旅行社下調佣金率的意欲。另一個可能出現的效果，是住宿提供者與網上旅行社磋商佣金率時，亦無法以較佳的房間條件作為談判籌碼。

## **4. 各方提出的承諾**

#### *相關法律框架*

30. 根據《條例》第 60 條，如某人作出：(a) 採取任何行動的承諾，或 (b) 不採取任何行動的承諾，而競委會認為該承諾對釋除該會對可能違反競爭守則的疑慮屬適當的，該會可接受該承諾。
31. 競委會如接受承諾，便會終止其調查以及不就該等承諾所涵蓋的事宜在競爭事務審裁處提起法律程序。然而，競委會能在符合《條例》第 61 條所訂定的情況下撤回其對承諾的接受，包括情況已重大改變或作出該承諾的人沒有遵守該承諾。《條例》不要

求提出承諾的各方承認違反競爭守則。

32. 就程序而言，《條例》附表 2 要求競委會在接受建議的承諾前就這些承諾進行諮詢，並考慮就建議的承諾所收到的任何申述。如競委會在此諮詢後接受該等承諾，根據《條例》第 64 條，競委會須在其承諾紀錄冊發布相關承諾。

### *有關承諾的概述*

33. 本節提供有關承諾（見附件 1、2 和 3）的重點概要。

### 範圍

34. 有關承諾擬達到之目的，是釋除第 3 部中有關競爭的疑慮。特別是，有關承諾訂明各方不會在他們與住宿提供者的現行或新協議方面執行或訂立廣義平價條款（就 Booking、Expedia 和 Trip 而言）或廣義條件平等及房源平等條款（就 Booking 和 Expedia 而言）。有關承諾進一步訂明，如協議限制某住宿提供者在其非網上銷售渠道提出的房價，各方不會與該住宿提供者執行或訂立該協議，而 Expedia 及 Booking 亦不會執行或訂立限制住宿提供者在此渠道所提出的條款及條件之協議。
35. 藉此，有關承諾嘗試在各方之間及就其他網上旅行社以及住宿提供者的非網上銷售渠道，確保房價、房間條件及房源這幾方面得以保留作為潛在的競爭元素。
36. 更具體來說，根據承諾，每一方將會從他們各自與香港住宿提供者的合約中刪去廣義平價條款。隨著各方作出承諾，由於網上旅行社之間不再實施廣義平價條款，各網上旅行社可誘使住宿提供者在他們的平台提供較低的房價，來換取網上旅行社同意收取較低的售房佣金率，從而鼓勵各網上旅行社互相競爭。同樣地，住宿提供者也可對願意收取較低佣金率的網上旅行社，提供較低的房價，從而向各網上旅行社施加競爭壓力。
37. Expedia 和 Booking 所作的承諾不再實施與房源平等有關的條款以及其他條件上的平等，這對於佣金率低於其他競爭對手的網上旅行社，住宿提供者獎勵他們的能力亦會提升（例如向該網上旅行社提供對其更有利的取消訂房規定，或隨房贈送早餐）。這亦可能有助鼓勵網上旅行社互相競爭。Trip 與住宿提供者的協議沒有包含這類條款，因此其承諾沒有包含同樣的承諾。
38. 最後，每一方所作的承諾並不包括這些網上旅行社某些種類的預訂方式（即專人安排預訂、盲選模式預訂及旅遊套餐預訂），原因是這些預訂方式有特定的產品特色，因此從平等條款角度來看，以有別於一般單純訂房的手法處理亦相當合理。特別是：



- a. 使用專人安排預訂所作的預訂，是專人管理旅遊服務傘子協議的一部分，此類協議由企業管理旅行社所提出，而這些旅行社為企業客戶提供全面旅遊服務。因此，網上旅行社通常不會提供此類預訂予日常顧客。
- b. 使用盲選模式預訂所作的預訂不會先向顧客公開住宿名稱及確實地點，直至預訂完成。因此，使用盲選模式預訂的顧客無法以有意義的方式比較住宿提供者自家網站及／或其他網上旅行社的價格。
- c. 顧客在旅遊套餐預訂所作的預訂包括另一款旅遊產品，例如機票價格、租車或鐵路車票。顧客通常不能比較某網上旅行社所提供的套餐房價與在其他網上旅行社網站或相關住宿提供者網站上所顯示的淨房價，因為通常只有總套餐價格可供顧客查看。

### 履行承諾時間

39. 各方在收到競委會的通知表示接受承諾後，將於當日起計 90 個曆日內實行承諾。
40. 各方在收到競委會的通知表示接受承諾後，將於當日起計 120 個曆日內，各自向競委會提供書面報告，匯報他們遵守承諾的情況。
41. 各方之後會分別每年向競委會提供合規聲明，該聲明會由有關一方的獲授權人員簽署，確認就其所知，有關網上旅行社繼續遵守其承諾中在訂立或執行相關條文方面的責任。各網上旅行社如上文第 40 段所述提交初步書面報告後的 13 個月內，會提供第一份年度合規聲明，其後在有關承諾生效期間，各網上旅行社須每隔 12 個月提交年度聲明。
42. 承諾的有效期由各方各自實行日期起計為期 5 年。

### 其他事宜

43. 有關承諾不構成各方承認違反競爭守則。
44. 按照第 60 條，一旦承諾被實行，競委會便會同意不再繼續對各方進行調查，亦不會在審裁處對有關承諾所涵蓋的網上旅行社品牌提起法律程序。

### **5. 就承諾所收到的申述**

#### *所收到的申述的概要*

45. 所收到的申述大都支持競委會所採取的處理方法。

46. 消費者委員會（「消委會」）於 2020 年 4 月 14 日提交其申述。概括而言，消委會：

- a. 大致支持競委會的立場以及競委會擬接受有關承諾；
- b. 就承諾範圍及／或競委會的調查提出不同問題，包括建議競委會提供專人安排預訂、盲選模式預訂及旅遊套餐預訂的進一步詳情並解釋為何這些預訂被排除於承諾範圍之外，釐清競委會調查涵蓋的網上旅行社的範圍，以及建議把調查範圍延伸至網上旅行社與香港其他服務提供者之間的協議，及競委會調查在其他行業的任何類似違反；
- c. 指出競委會應不斷檢討有關承諾以確保其得以履行（包括在有效期即將完結時確定是否需要延長承諾及／或就競委會調查所涵蓋的事宜作進一步調查）；
- d. 尋求競委會的意見，了解競委會有否在香港的網上旅行社、酒店預訂網站及／或價格比較網站方面發現任何其他反競爭行為、不良營商手法及／或相關問題；以及
- e. 建議競委會向旅遊業監管局提出政策建議，以助其制定監管網上旅行社的執行指引。

47. 一位 Simon Li 先生於 2020 年 4 月 14 日向競委會提交申述。概括而言，李（音譯）先生：

- a. 表示市場上一些網上旅行社可能其實是由相同實體或個別人士擁有，並提出：(i) 如香港市場缺乏存在真正競爭關係的網上旅行社，佔據大市場份額的固有市場參與者或能迫使住宿提供者接受大額折扣；及／或 (ii) 屬於同一集團的網上旅行社之間可能合謀訂定佣金率；
- b. 質疑在同一公司集團內經營的網上旅行社品牌在與住宿提供者磋商時應披露此事實，甚或應向顧客披露此事實；
- c. 就承諾範圍提出不同問題，包括：(i) 有關承諾是否適用於住宿提供者的非網上銷售渠道；(ii) 有關承諾會否使住宿提供者被迫「在背後」實行各項廣義平等條款；(iii) 整合式搜尋網站是否涵蓋於競委會的調查；及 (iv) 為何狹義平等條文被排除於承諾範圍之外；
- d. 詢問競委會會否持續監察承諾的影響，而若有關承諾不奏效，競委會能否重新啟動調查；以及

- e. 指稱由於整合式搜尋網站從搜尋結果排除真正的競爭對手，因此造成錯誤印象，以為他們是完整的比較網站。

48. 香港酒店業協會（「酒店業協會」）於 2020 年 4 月 22 日提交其申述。概括而言，酒店業協會：

- a. 特別指出承諾中的各方無須承認違反競爭守則，並表示這點相當重要，因為如各方沒有承認違反競爭守則，他人便不可能根據《條例》第 110 條進行訴訟，另外是考慮到其他司法管轄區已就相關條文採取的行動；
- b. 提出有關的承諾應包括狹義的平等條款，並請競委會進一步調查這類條款在香港所帶來的影響；
- c. 表示 Trip 的承諾只涵蓋廣義平價條款，沒有涵蓋其他類型的廣義平等條款，並建議 Trip 的承諾加入日後在香港的合約不會包含廣義條件及房源平等條款的承諾；
- d. 強調其會員方面擔心作出承諾的網上旅行社可用其他方式達到同樣的反競爭影響（例如只要酒店不接受平等條款，便將該酒店在其平台的位置降低），並提出在承諾中加入適當字句以避免網上旅行社間接實施相關條文；
- e. 建議應在競委會接受承諾後 90 個曆日內，提交詳細的合規報告，隨後每年提交兩次合規聲明，並委任第三方監察人，監察合規情況；
- f. 提議使有關承諾中的定義及擬定的內容更協調一致，讓業界更容易監察；及
- g. 提出各承諾應清楚列明適用於哪些網上旅行社品牌。

#### *競委會對所收到的申述作出的考慮*

49. 於 2020 年 4 月 23 日截止前所收到的所有申述，競委會均已仔細考慮，並留意到以下情況：

#### 就競委會調查或有關承諾涵蓋的範圍提出的意見

- a. 競委會已在上文詳述為何在此調查中，整合式搜尋器並沒有引起問題（第 14 段），為何承諾的範圍不包括專人安排預訂、盲選模式預訂及旅遊套餐預訂（第 38 段），以及說明承諾適用於住宿提供者的非網上銷售渠道（第



34 段)。上文第 13 段亦已列明競委會調查所涵蓋的網上旅行社品牌的進一步詳情。

- b. 競委會相信，承諾中提及「不訂立或執行」相關條文（**Booking** 及 **Expedia**）及「停止實施所有適用或可能適用的廣義平價條款」（**Trip**），包括禁止各方用間接方式執行相關條文。無論如何，如競委會知悉，各方從事的行為構成以任何形式執行相關條文，不論直接或間接執行，競委會均可採取適當行動。
- c. 就（影響住宿提供者網上銷售渠道的）狹義平等條款，競委會在仔細評估後，決定現時不會進一步追究此類條款。有關條款可能帶來正當而促進競爭的效率，因為可避免住宿提供者「搭順風車」的情況，而「搭順風車」是指網上旅行社為住宿提供者的住宿作宣傳後，住宿提供者在本身網站定出較低的住宿價格，因而白白讓住宿提供者自行獲得銷售。
- d. 該幾間網上旅行社的業務在若干方面各有不同，而有關的承諾是由各網上旅行社分別提供，在定義及擬定的內容上，自然有些微差異。競委會並不認為這些差異會影響各承諾之間的一致性。
- e. 就 **Trip** 作出的承諾的範圍，根據《條例》第 60 條，這些承諾之目的在於釋除競委會在競爭方面的疑慮。關於廣義條件平等或房源平等條款在競爭上的疑慮，就 **Trip** 的情況，競委會並沒有這方面的理據，因 **Trip** 與住宿提供者之間的協議並無上述兩類條款。
- f. 某些申述中提出的其他事宜超越競委會這次調查的範圍，及 / 或不屬競委會根據《條例》須履行的職能範圍。

#### 有關監察合規情況的意見

- g. 就監察合規情況，各網上旅行社均同意在競委會接受承諾後的 120 個曆日內，向競委會作出報告，說明如何實施修訂現有合約的條款。如競委會有合因由懷疑他們沒有遵守承諾，亦有權撤回對承諾的接受。然而，為完全釋除在競委會收到的申述中所提出的疑慮，該三間網上旅行社同意修改各自的承諾，修改後，他們須按上文第 41 段每年向競委會提供一份合規聲明。

## 有關需否承認違反競爭守則的意見

- h. 《條例》特別有指出一點，即使承諾沒有包含作出承諾的一方對違反競爭守則的承認，競委會亦可接受該承諾。基於有關行為的性質及情況，以及有關承諾將有效釋除競委會在競爭上的疑慮，雖然並無對違反競爭守則作出承認，競委會認為接受承諾的做法恰當。

## 其他意見

- i. 部分申述指出，就某幾個網上旅行社品牌由同一集團擁有，及／或每個承諾涵蓋哪些網上旅行社品牌，這方面缺乏透明度。因應有關申述，各方同意修改承諾，說明有關承諾適用於其網上旅行社集團內哪些網上旅行社品牌。有申述指出同一集團的網上旅行社可能從事協調價格的行為，競委會須指出，如網上旅行社屬於單一經濟個體<sup>5</sup>，則第一行為守則並不適用於他們之間的協議及行為。

50. 正如上文提及，競委會已因應所收到的申述與各方接觸，尋求對承諾作出以下兩項修改：

- a. 在各承諾中，說明各方的網上旅行社集團內須受承諾限制的網上旅行社品牌；及
- b. 規定各網上旅行社每年提交合規聲明，該聲明須由獲授權人員簽署，並確認就其所知，有關網上旅行社繼續遵守其承諾中在訂立或執行相關條文方面的責任。這是一項新增的規定，而各方在競委會接受承諾後 120 日亦必須提供關於各方如何修改相關協議的詳細報告。各網上旅行社在提供初步詳細報告後的 13 個月內，會提供第一份年度合規聲明，其後在有關承諾生效期間，各網上旅行社須每隔 12 個月提交年度聲明。

## **6. 競委會對承諾的接受**

51. 因應前文所述及仔細考慮所收到的申述後，競委會認為，就釋除各方可能違反第一行為守則的疑慮而言，有關的承諾按上文第 50 段作出修改後乃屬恰當。

52. 尤其競委會認為，接受承諾後 90 日內，相關條文將從各方與住宿提供者之間的協議完全剔除。這將適時地有效釋除競委會的疑慮。按照競委會《執法政策》第 3.14 段的

---

<sup>5</sup> 參見競委會《第一行為守則指引》第 2.6 至 2.10 段。

一般原則，競委會亦認為，有關的承諾提供與各方的行為發生的情況、所造成或有可能產生的損害相符的執法對策。

53. 因此，競委會作出通知，行使《條例》第 60 條賦予的權力，決定接受修改後的承諾，及不會繼續對有關承諾所涵蓋的網上旅行社品牌進行調查或在審裁處對這些品牌提起法律程序。根據《條例》第 64 條，競委會於承諾紀錄冊公布有關承諾，該紀錄冊上載於競委會網站，亦在競委會辦事處備存並於通常辦公時間內可供查閱。
54. 最後為清楚起見，競委會接受有關承諾是反映本個案的特定情形及相關市場情況，對競委會在其他個案或市場情況的執法方式不一定具指標性，就此，競委會並不會受這次接受的承諾所約束。