

(本文件的英文版為競委會發出的通知原文。此中文譯本僅供參考，如中、英文兩個版本有任何抵觸或不相符之處，須以英文版本為準。)

個案 EC/02UB

就競爭事務委員會接受私家車保用條款個案中的承諾發出的通知

2022 年 10 月 10 日

目錄

I. 引言及行政摘要	4
競委會的調查	4
接受有關分銷商提出的承諾	5
II. 相關事實背景	7
在香港分銷、保養及維修全新私家車	7
分銷安排	7
保養及維修服務	7
有關分銷商及私家車品牌	8
保用及保用限制	10
III. 競委會識別出的競爭疑慮	13
評估框架	13
協議的存在	13
相關市場的定義	14
產品市場的定義	14
地域市場的定義	15
對效果的評估	16
IV. 有關分銷商提出的承諾	19
相關法律框架	19
承諾概要	20
範圍	20
實質承諾內容	20
履行承諾時間	21
匯報、合規及監察	21

其他事宜.....	22
V. 就承諾所收到的申述	23
關於承諾範圍及有效期的意見.....	23
關於保用維修的意見.....	24
關於使用及購買零件、配件及維修手冊的意見	24
關於解決爭議的意見.....	24
關於安全問題的意見.....	24
關於承諾可能在價格及服務質素方面造成的影響的意見.....	25
關於市場定義、申述中指稱促進競爭的效益及出現默契串通風險的意見	25
VI. 競委會對承諾的接受	26

I. 引言及行政摘要

競委會的調查

1. 根據《競爭條例》(第 619 章)(《條例》)第 39 條，競爭事務委員會(「**競委會**」)調查了關於部分私家車製造商與其本港進口商、分銷商或獲授權經銷商(「**分銷商**」)所訂立的協議。
2. 競委會特別調查了有關協議是否指定分銷商向本港私家車車主施加具限制性的保用條款及細則(「**保用限制**」)¹。該等保用限制規定或令車主以為車輛必須在特約維修中心進行維修及 / 或保養(不論要保養或維修的項目是否屬於保用範圍)，車輛的保用才能維持有效。因此，車主如在保用期內光顧獨立車房，便需承擔不在特約維修中心檢修其私家車而喪失保用的風險。
3. 競委會關注這些保用限制可能會阻嚇私家車車主在保用期內光顧獨立車房，使獨立車房較難與特約維修中心競爭。這情況會不必要地令車主的服務選擇大幅減少，最終導致本港保養及維修服務價格高昂。
4. 因此，競委會認為，各同意向私家車車主施加保用限制的分銷商在香港的特定品牌保養及維修服務市場可能已訂立及執行有可能妨礙、限制或扭曲在該市場的競爭的協議，從而違反了《競爭條例》第 6(1)條(「**第一行為守則**」)。
5. 本通知涉及七名分銷商(各稱為「**有關分銷商**」)就以下 17 個私家車品牌施加的保用限制：

分銷商	汽車品牌
Cartel Motors Limited (「 Cartel Motors 」)	Cartel Motors 是 雪鐵龍 私家車在香港的 唯一分銷商

¹ 於下文第 24 段進一步界定。

大昌行集團有限公司 (「大昌行」)	大昌行是 本田 及 日產 私家車在香港的唯一分銷商
Inchcape International Holdings Limited (「Inchcape」)	Inchcape 是 積架 、 Land Rover 、 豐田 及 凌志 私家車在香港的唯一分銷商
錦龍汽車集團有限公司 (「錦龍集團」)	錦龍集團是 起亞 、 Volkswagen 及 奧迪 私家車在香港的唯一分銷商
意美汽車(香港)有限公司 (「意美」)	意美是 富士 私家車在香港的唯一分銷商
森那美汽車集團(香港)有限公司 (「森那美集團」)	森那美集團是 寶馬 、 MINI 、 三菱 及 鈴木 私家車在香港的唯一分銷商
宏益控股有限公司 (「宏益控股」)	宏益控股是 萬事得 及 福特 私家車在香港的唯一分銷商

接受有關分銷商提出的承諾

6. 每名有關分銷商分別根據《條例》第 60 條，提出採取及不採取特定行動的承諾，當中主要涉及刪除保用限制 (「承諾」)。
7. 按照《條例》附表 2 第 2 條的規定，競委會於 2022 年 8 月 1 日就承諾發出通知以展開公眾諮詢，內容包括其擬接受承諾，並要求有關人士於 2022 年 8 月 15 日或之前作出申述 (「公眾諮詢」)。²
8. 競委會於 2022 年 8 月 15 日的公眾諮詢期限前，收到 9 份就承諾所作的申述，均已於其網站發布。

² 參見競委會根據《競爭條例》附表 2 第 2 條就競委會建議就私家車保用條款個案(EC/02UB)接受承諾發出的通知，該通知於 2022 年 8 月 1 日發布，載於競委會網站。

9. 根據《條例》第 60(6)條及附表 2 第 4 條，競委會須於接受某承諾後，在切實可行範圍內，盡快向作出該承諾的人，發出關於該決定的書面通知，並在承諾紀錄冊中登記該承諾，以及透過其網站或按競委會認為適當的其他方式，發布該承諾。
10. 因此，競委會發出本通知，以通知各方其接受承諾，及解釋其關於接受承諾的決定。承諾亦於即日在承諾紀錄冊發布，該紀錄冊載於競委會網站，並於日常辦公時間在競委會辦公室可供查閱。
11. 本通知餘下部分詳述下列各項：
 - (a) 相關事實背景（第 II 部）；
 - (b) 競委會識別出的競爭疑慮（第 III 部）；
 - (c) 有關分銷商提出的承諾（第 IV 部）；
 - (d) 就承諾所收到的申述（第 V 部）；及
 - (e) 競委會對承諾的接受（第 VI 部）。

II. 相關事實背景

在香港分銷、保養及維修全新私家車

12. 就本通知而言，私家車是指除了電單車以外，由個人購買及使用、用於載客（而其載客量不多於 9 人（包括司機））的道路汽車³。

分銷安排

13. 絕大部分私家車製造商均不會向香港消費者直接出售其汽車，而是透過與分銷商訂立獨家進口、分銷或經銷協議（「分銷協議」），安排銷售其全新私家車。

14. 一般而言，分銷協議涵蓋 (i) 進口及分銷全新私家車；(ii) 提供相關產品及服務（例如銷售零件）；(iii) 由分銷商獨家管理品牌陳列室及特約維修中心；(iv) 由特約維修中心向顧客提供保養及維修服務；及 (v) 向私家車車主提供保用。

保養及維修服務

15. 保養及維修服務是售後服務（即銷售主要產品後提供的服務）。

16. 保養服務包括定期檢查車輛零件及機油。有時，分銷商發出的保用文件可能會建議或要求車主按特定時間表進行保養。

17. 維修服務處理故障或損壞的車輛或車輛零件。維修可分為兩類：

(a) **保用維修**是由保用範圍內的生產瑕疵引致的維修，保用維修由特約維修中心進行，在保用有效期間，私家車車主通常無須繳付額外費用；及

(b) **非保用維修**是與保用範圍內的生產瑕疵無關的維修，通常私家車車主須繳付額外費用，例如因意外而需進行的非保用維修。

³ 包括由汽油、柴油或石油氣及新式機械（混合動力及電動引擎）驅動的內燃引擎。商用車輛（包括的士及其他只作商業用途的車輛）不在競委會這次調查的範圍，因此，本通知不作討論。

18. 香港的私家車保養及維修服務是由特約維修中心或獨立車房提供。
- (a) **特約維修中心**是由特定汽車製造商指定的維修中心，為一個或多個特定汽車品牌進行保養及維修服務。香港的特約維修中心一般由製造商的獨家分銷商擁有及經營。特約維修中心通常只會為其母公司或關聯分銷商分銷的私家車品牌提供服務。
 - (b) 相比之下，**獨立車房**並非由香港的任何分銷商擁有，亦與這些分銷商無任何關聯。⁴獨立車房一般是小型車房，僱員人數較少，通常會為多個不同的私家車品牌提供保養及維修服務。

有關分銷商及私家車品牌

19. 有關分銷商分銷多個國際私家車品牌，共佔香港流通的私家車的大部分。詳情如下：
- (a) **Cartel Motors** Cartel Motors 是雪鐵龍私家車在香港的唯一分銷商，其指定了挑戰者汽車服務有限公司作為其香港特約維修中心。
 - (b) **大昌行** 大昌行在本港分銷若干私家車及商用車輛，當中透過兩間全資附屬公司分銷本田及日產私家車：
 - (i) 合群汽車有限公司是大昌行的附屬公司，亦是本田私家車在香港的唯一分銷商。合群汽車有限公司並沒有提供維修及保養服務。本田私家車在香港的特約維修中心由大昌貿易行汽車服務中心有限公司經營。
 - (ii) 合誠汽車有限公司是大昌行的附屬公司，亦是日產私家車在香港的唯一分銷商。合誠汽車有限公司並沒有提供維修及保養服務。日產私家車在香港的特約維修中心由大昌貿易行汽車服務中心有限公司經營。

⁴ 在承諾中，獨立車房被稱為非特約維修中心。



- (c) **Inchcape** Inchcape 是數個國際汽車品牌的唯一分銷商，在香港透過兩間全資附屬公司分銷積架、Land Rover、豐田及凌志：
- (i) 英倫汽車有限公司是 Inchcape 的附屬公司，亦是積架及 Land Rover 私家車在香港的唯一分銷商，並經營 Land Rover 及積架在香港的特約維修中心。
 - (ii) 皇冠汽車有限公司是 Inchcape 的附屬公司，亦是豐田及凌志私家車在香港的唯一分銷商，並經營這些汽車品牌在香港的特約維修中心。
- (d) **錦龍集團** 錦龍集團在香港透過兩間全資附屬公司進口及分銷數個汽車品牌（包括奧迪、Volkswagen 及起亞）：
- (i) 錦龍有限公司是錦龍集團的附屬公司，是奧迪及 Volkswagen 私家車在香港的唯一分銷商。錦龍集團於 2020 年 7 月分別從大昌行及大眾汽車香港有限公司接手奧迪及 Volkswagen 的代理權。錦龍有限公司經營奧迪及 Volkswagen 在香港的特約維修中心。
 - (ii) 起亞汽車（香港）有限公司是錦龍集團的附屬公司，亦是起亞私家車在香港的唯一分銷商，並經營起亞在香港的特約維修中心。
- (e) **意美** 意美是富士私家車在香港的唯一分銷商，並經營富士在香港唯一的特約維修中心。
- (f) **森那美集團** 森那美集團在香港透過以下全資附屬公司進口及分銷數個汽車品牌（包括寶馬、MINI、三菱及鈴木）：
- (i) 寶馬汽車（香港）有限公司是寶馬及 MINI 私家車在香港的唯一分銷商，並經營寶馬及 MINI 在香港的特約維修中心。
 - (ii) 環宇汽車有限公司是三菱私家車在香港的唯一分銷商。森那美汽車服務有限公司經營三菱在香港的特約維修中心。

- (iii) 香島汽車有限公司是鈴木私家車在香港的唯一分銷商。森那美汽車服務有限公司經營鈴木在香港的特約維修中心。
- (g) **宏益控股** 宏益控股在香港透過兩間全資附屬公司分銷萬事得及福特私家車：
 - (i) 宏益汽車（香港）有限公司是萬事得私家車在香港的唯一分銷商，並為萬事得經營其在香港的特約維修中心。
 - (ii) 宏鋒汽車有限公司自2020年7月起從Inchcape接手福特的代理權後，是福特私家車在香港的唯一分銷商，並經營福特在香港的特約維修中心。

保用及保用限制

20. 汽車製造商及其分銷商在顧客購買全新私家車時提供保用，是香港的標準做法。具體而言：
- (a) 顧客在購買全新私家車時，通常無須付出額外費用便可獲得汽車製造商及 / 或其分銷商所提供的標準保用（「**標準保用**」）。一般來說，標準保用提供全面的「全車」保障，有效期介乎兩至五年，視乎汽車品牌而定。
 - (b) 免費延長保用是指在標準保用屆滿後持續一段指定時間（例如額外兩、三年）的保用，顧客在購買全新私家車時，通常無須付出額外費用便可獲得汽車製造商及 / 或其分銷商所提供的免費延長保用，而這種保用通常只涵蓋私家車的某些部分（例如動力系統）（「**免費延長保用**」）。與標準保用不同的是，免費延長保用在香港並沒有被系統地提供予車主。
21. 除了標準保用及免費延長保用外，顧客可選擇付出額外費用，在標準保用期內或標準保用期完結後獲得自選延長保用。他們可選擇購買自選保用，以延長標準保用保障範圍的有效期（「**自選延長保用**」）。

22. 正如下文第 III 部進一步說明，競委會的調查着眼於標準保用及免費延長保用，而非自選延長保用。
23. 保用可能包含多項條款及細則，當中大部分都不會引起競爭問題。舉例來說，競委會認為以下條款並沒有競爭問題：
- (a) 建議或要求汽車進行定期保養服務的條款；
 - (b) 要求在特約維修中心進行保用維修（因這類維修在保用期內通常無須額外費用）的條款；或
 - (c) 拒絕為第三方造成的故障或損毀提供保用維修的條款。
24. 然而，競委會在下列條款及細則識別出一些競爭問題（即**保用限制**）：
- (a) 部分條款及細則明確要求顧客只可在特約維修中心進行保養及 / 或維修服務，才能令保用繼續生效；或
 - (b) 部分條款及細則按理可能令顧客相信汽車如非在特約維修中心進行保養及 / 或維修，其保用會失效。
25. 競委會在每名有關分銷商所提供的保用條款及細則中識別出相關保用限制。保用限制的範圍因汽車品牌而異。某些汽車品牌的保用限制適用於保養及維修服務，但其他品牌的保用限制則只限於保養服務（如下表所示）。

有關分銷商	汽車品牌	保用限制的範圍	
		保養服務	維修服務
Cartel Motors	雪鐵龍	✓	✓
大昌行	本田	✓	✓
	日產	✓	✓
Inchcape	積架	✓	✓

	Land Rover	✓	X
	豐田	✓	✓
	凌志	✓	✓
錦龍集團	起亞	✓	✓
	奧迪	✓	✓
	Volkswagen	✓	✓
意美	富士 (2020年6月之前)	✓	✓
	富士 (2020年6月起)	X	X
森那美集團	寶馬	✓	✓
	MINI	✓	✓
	三菱	✓	✓
	鈴木	✓	✓
宏益控股	萬事得	✓	✓
	福特 (2020年7月之前)	✓	✓
	福特 (2020年7月起)	X	X

根據截至本通知日期仍然生效的標準保用及/或免費延長保用的條款及細則。

26. 競委會認為該等保用限制可能會產生競爭問題，下一部將加以說明。

III. 競委會識別出的競爭疑慮

評估框架

27. 每間汽車製造商及其分銷商之間現行的分銷協議均構成縱向協議。
28. 競委會的《第一行為守則指引》(「《第一行為守則指引》」)指出，雖然縱向協議常常改善生產或分銷鏈的經濟效率，但某些縱向協議仍可能損害競爭，例如當縱向協議中包含消除現有競爭、或阻礙進入市場或擴張業務的限制時。⁵
29. 競委會評估了保用限制是否實際或相當可能產生第一行為守則所指的妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的效果。

協議的存在

30. 各分銷協議均構成《條例》第 2(1)條所指的協議。
31. 正如上文第 14 段所述，分銷協議的條文包括須向私家車車主提供保用，當中通常包括相關汽車製造商的保用條款。雖然製造商保用的確實字句及內容不一定會在分銷協議中列明(例如製造商可能在另一份文件中列明，並會定期修改)，但該協議通常會包含須採納有關保用的條款。
32. 透過訂立該等分銷協議，各分銷商即暗示(如非明示)同意接受製造商的保用條款及細則，並在提供予香港私家車買家的標準及免費延長保用中反映或實施有關保用的條款。
33. 所以，競委會認為該等分銷協議(包括根據該等協議提供予香港私家車買家的保用條款及細則)構成第一行為守則所指的協議。⁶

⁵ 《第一行為守則指引》第 6.6 至 6.9 段。

⁶ 此意見與歐洲聯盟法院(「歐盟法院」)已確立的案例一致，而競爭事務審裁處已表明這「就詮釋及應用第一行為守則而言甚具價值」(CTEA 1/2017 競爭事務委員會對 *Nutanix Hong Kong Limited* (CTEA 1/2017

相關市場的定義

34. 在評估反競爭效果時，界定相關市場有助於有系統地識別業務實體在市場上運作時所遇到的競爭制約。⁷

產品市場的定義

35. 雖然競委會並未就相關市場得出結論，但正如下文所述，競委會有合理理據認為就評估保用限制而言，相關產品市場是特定品牌的**維修及保養服務**市場，由提供各私家車品牌的保養及維修服務的多個獨立市場組成。

36. 這是基於以下考慮因素：

- (a) **保養及維修服務市場是獨立於新車銷售市場的配件市場** 全新私家車銷售與保養及維修服務是兩種截然不同的產品：後者是車主使用的配件市場服務。根據競委會就配件市場發出的指引，⁸ 主件（即全新私家車銷售）不能被視為與配件（即保養及維修服務）組成「系統市場」。事實上，全新私家車的買家在購買新車時，通常都不會計算全壽命週期的成本，即不會考慮到往後的保養及維修服務成本，原因是與全新私家車的購買價格相比，保養及維修服務成本很可能較低，更重要的是這些成本難以於買車時立即確定，可預測程度亦較低。

Competition Commission v Nutanix Hong Kong Limited [2019] HKCT 2) 第 24 段)。至於《歐洲聯盟運作條約》第 101 條中的「協議」一詞，歐盟法院已裁定，製造商在持續實施的授權網絡安排中發給其獲授權分銷商的文件及通函等，均屬於該製造商與該分銷商之間的整體協議的一部分。例子見案件 107/82, *AEG v European Commission* EU:C:1983:293 第 38-39 段；合併處理案件 Joined Cases 25 及 26/84, *Ford 及 Ford Europe v European Commission* EU:C:1984:80。另見案件 T-41/96, *Bayer v European Commission*, EU:T:2000:242 第 67 及 173 段。

⁷ 《第一行為守則指引》第 3.21 段。競委會的《第二行為守則指引》（「《第二行為守則指引》」）進一步闡明競委會界定市場的方法。

⁸ 見《第二行為守則指引》第 2.24 段。

- (b) **特定品牌的保養及維修服務市場** 從供應角度來看，保養及維修服務的競爭主要圍繞分銷商及其相關聯的特約維修中心。特約維修中心獲授權為某些私家車品牌提供保養及維修服務，而它們往往只得到與這些品牌相關的培訓、技術工具及零件。因此，它們在其他汽車品牌的保養及維修服務供應方面，沒有構成任何競爭制約。從需求角度來看，顧客不大可能將不同汽車品牌的特約維修中心所提供的維修及保養服務視為替代品。因此，儘管獨立車房一般能為多個汽車品牌提供保養及維修服務，但以每個品牌來界定市場亦屬恰當。
- (c) **其他司法管轄區的經驗支持特定品牌的保養及維修服務市場的定義** 其他司法管轄區（包括歐盟⁹）的競爭事務當局都採用類似方式，識別出特定品牌的維修及保養服務市場。競委會並未找到任何香港獨有的市場特徵以致在這方面得出不同結論。

地域市場的定義

37. 競委會有合理理據認為維修及保養服務的相關地域市場是**香港特別行政區**。
38. 這是基於以下考慮因素：
- (a) 相關地域市場不大可能由香港不同的地區組成，原因是：(i) 需要保養及維修服務的顧客一般都能駕車前往維修地點；(ii) 某些品牌只有一個維修地點服務全港；(iii) 特約維修中心及獨立車房傾向在全港推銷其服務；及(iv) 該等服務無需經常使用，而且比較昂貴，意味着顧客相當可能在他們本區以外的地方搜尋相關服務。

⁹ 歐盟委員會的「銷售與維修汽車及分銷汽車零件協議中的縱向限制之補充指引」通告 (*"Supplementary guidelines on vertical restraints in agreements for the sale and repair of motor vehicles and for the distribution of spare parts of motor vehicles"* (OJ C 138,28.5.2010)); 另見葡萄牙競爭局 2015 年 8 月 4 日就 *Ford* 一案 (PRC/2015/1) 所作出的決定。

- (b) 相關地域市場不大可能延伸至香港境外。由於需要交通費及時間，而且有監管上的限制（例如在另一個司法管轄區駕駛有牌照要求），因此大部分車主不大可能從香港以外的地方購買保養及維修服務。此外，由於中國內地及澳門的特約維修中心及獨立車房在香港開展業務的成本高昂，加上特約維修中心各自的分銷協議有地域限制，因此它們不大可能有能力在供應方面構成任何競爭制約。

對效果的評估

39. 競委會調查發現，在香港的特定品牌維修及保養服務市場，有關分銷商提供的標準保用及免費延長保用當中的保用限制可能產生反競爭效果，競委會對此表示關注。

10

40. 這主要是基於以下考慮因素：

- (a) 在香港，大部分流通的私家車都有標準保用或免費延長保用，而仍在保用期的私家車比例因品牌而異，但一般約為 20%至 30%。¹¹

- (b) 保用限制似乎在私家車車主身上產生鎖定效果，使他們打消於保用期內到獨立車房檢修汽車的念頭。在這方面：

- i. 回應競委會於 2022 年 3 月所進行的調查¹²的大部分車主確認如果能選擇，他們願意在保用期間到獨立車房檢修其汽車。這與競委會從有關分銷商收集的資料一致，相關資料顯示，特約維修中心的使用

¹⁰ 競委會的調查着眼於標準保用及免費延長保用的保用限制。雖然自選延長保用可能亦有類似限制，但潛在的封鎖效果則沒那麼顯著，原因是自選延長保用是分開購買的，因此顧客在購買當刻一般都會留意到該等限制，而由於很多顧客會選擇不購買自選延長保用，獨立車房便有機會參與相關服務的競爭。所以，競委會沒有進一步研究自選延長保用的保用限制。

¹¹ 根據已領牌私家車數字的運輸署數據而作出估算。

¹² 見競委會於 2022 年 3 月 3 日發布的新聞稿。



率在標準保用到期後大幅下跌，跌幅雖因汽車品牌而異，但大部分情況下都甚為顯著，有些情況更高達 30%至 50%。

- ii. 儘管特約維修中心使用率的下跌在某程度上是由於顧客選擇不那麼頻密地檢修較舊的汽車，但部分獨立車房表示從仍在保用期的汽車賺取的服務收益有限，這一事實亦與相關鎖定效果一致。值得注意的是，回應競委會於 2022 年 3 月所進行的調查¹³的大部分獨立車房估計，從仍在保用期的私家車的保養服務賺取的收益僅佔它們 2021 年收益的 5%至 25%，而維修服務的收益則佔少於 15%。
- (c) 即使特約維修中心很少基於保用限制而拒絕提供保用服務，但拒絕提供服務及 / 或取消保用的比率低，可能是該等限制所致。也就是說，如消費者一開始就符合保用限制，便沒有需要拒絕提供保用服務或取消保用。此外，消費者不會事先知道被拒絕提供保用服務的可能性，亦不知道分銷商是否不大可能取消保用。最終即使沒有全面實施保用限制，仍相當可能有鎖定顧客的效果。
- (d) 競委會關注保用限制可能造成鎖定效果，令獨立車房對於仍在保用期內的私家車可能較難有效競爭。因此，獨立車房可能被排除在外，無法進入其中一部分特定品牌維修保養市場。此外，在保用期滿後，部分由於保用限制被鎖定的顧客可能仍會繼續使用慣常的服務供應商（即已有該汽車保養維修紀錄的特約維修中心）。這可能令獨立車房更難與特約維修中心競爭。
- (e) 競委會收到的價格數據顯示，特約維修中心傾向就維修保養服務收取高於獨立車房的價格。雖然有關價格差異部分反映了服務範圍及質素的差別（不一定是反映封鎖效果），但在標準保用及 / 或免費延長保用期屆滿前後，很多特約維修中心均會提供保養維修服務折扣。這顯示雖然特約維修中心有準備

¹³ 見競委會於 2022 年 3 月 3 日發布的新聞稿。

在保用期滿後降低價格，以挽留顧客，但保用期讓它們可收取較高價格，因此它們在保用期內面對獨立車房的競爭較少。

41. 最後，競委會並不認為只有特約維修中心才有能力安全地完成維修或保養服務，因此設立保用限制的理由不成立。如這說法屬實，則根本不應讓獨立車房提供有關服務（不止在保用期內）。此外，香港已實施一系列措施（例如透過立法及技術上的規定），以確保經獨立車房及特約維修中心檢修的汽車安全。

IV. 有關分銷商提出的承諾

42. 這一節提供承諾的重點概要。
43. 每名有關分銷商的承諾實質內容基本上相同，但意美的承諾除外。意美的承諾反映了其保用限制只涉及 2020 年 6 月前的期間（見上文第 25 段的列表）。¹⁴
44. 承諾實質內容與公眾諮詢所諮詢的版本亦相同（除森那美集團提出的承諾有輕微修訂外¹⁵）。

相關法律框架

45. 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。《條例》不要求提出承諾的各方承認違反競爭守則。
46. 競委會如接受承諾，便會就該等承諾所涵蓋的事宜終止其調查，亦不會在競爭事務審裁處提起法律程序。然而，競委會可在符合《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。¹⁶
47. 就程序而言，《條例》附表 2 規定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。

¹⁴ 為便於閱讀，下列關於承諾的描述使用有關分銷商（意美除外）承諾中的段落編號。意美的承諾的編號不同，是因為其他有關分銷商的實質承諾中，有若干方面與意美無關。

¹⁵ 展開諮詢後，競委會與森那美集團同意修訂承諾的敘文 3，內容有關施加保用限制的合約安排。

¹⁶ 如競委會有所需理據認為某人沒有遵守承諾，競委會可：(a) 根據《條例》第 61 條撤回對承諾的接受；或 (b) 向審裁處申請要求作出《條例》第 63 條的一項或多項命令。

承諾概要

範圍

48. 承諾適用於：

- (a) 收錄於任何現有或日後的標準及 / 或免費延長保用的；
- (b) 有關分銷商向全新私家車買家發出的；及
- (c) 與每份承諾第 1.1(m) 款中所指特定汽車品牌有關的；

任何相關條款。

49. 根據承諾第 2.1 款，相關條款指條款中訂明或相當可能導致私家車車主相信，在獨立車房進行保養及維修服務，可能或將使標準及 / 或免費延長保用失效，或按標準及 / 或免費延長保用提出的服務要求可能或將被拒絕。

50. 為免存疑，第 2.2 款闡明哪些條款不屬於承諾的範圍，包括(i)要求在特約維修中心進行受保用涵蓋的維修事項的條款；(ii) 容許在第三方進行保養或維修服務導致損壞的情況下拒絕提供保用的條款；及 (iii) 訂明特約維修中心無需為經由獨立車房進行的維修及保養服務向私家車車主付還款項的條款。

實質承諾內容

51. 承諾旨在釋除第 III 部中有關競爭的疑慮，盡力確保特約維修中心與獨立車房在提供特定品牌保養及維修服務的本地市場可公平競爭。

52. 根據承諾第 2.3 及 2.4 款，有關分銷商承諾：

- (a) 在現有標準保用或免費延長保用中，凡關乎承諾中所列明的私家車品牌的相關條款，均不會強制執行；及

- (b) 在向相關汽車製造商取得所需同意及 / 或批准後，確保向香港私家車車主發出的新標準保用或免費延長保用（如適用）不會包括相關條款。
53. 為進一步落實該責任，承諾第 2.5 款訂明，各有關分銷商向相關汽車製造商取得所需同意及 / 或批准後，則會在適用情況下，透過以下方式修訂與標準保用或免費延長保用有關及載有相關條款的合約文件：
- (a) 刪除任何相關條款；及
- (b) 在當眼位置加入清晰不含糊的字句，確認可在獨立車房進行保養及維修服務，而且這樣不會令保用失效，亦不會令車主提出的保用服務要求被拒。
54. 為公布新措施，承諾亦在第 2.6 款訂明，有關分銷商將向受惠於任何現有標準保用或免費延長保用的私家車司機發出通訊，以清晰不含糊的字句確認可在獨立車房進行保養及維修服務，而且這樣不會有保用失效的風險，亦不會令車主提出的保用服務要求被拒。¹⁷

履行承諾時間

55. 有關分銷商將即時實施第 2.3 及 2.4 款的承諾，其他承諾（即第 2.5 及 2.6 款所述的合約文件修訂及通訊）將於承諾生效起計 90 個曆日內實施。
56. 根據第 4.2 款，承諾的有效期為 5 年。

匯報、合規及監察

57. 根據第 3.1 至 3.5 款，有關分銷商將進行以下匯報工作，以讓競委會監察及確保有關分銷商遵守承諾：

¹⁷ 在決定如何遵守這一規定時，有關分銷商亦須遵守適用的法規，包括《個人資料（私隱）條例》（第 486 章）。

- (a) **書面報告** 在承諾生效起計 120 個曆日內，有關分銷商各自會向競委會提供書面報告，確認遵守承諾及向競委會提供證明文件及證據。
- (b) **年度合規聲明** 有關分銷商亦會分別向競委會提供年度合規聲明，該聲明會由獲授權人員簽署，確認盡其所知，有關分銷商繼續遵守承諾。

其他事宜

- 58. 承諾不構成有關分銷商承認違反競爭守則（見承諾敘文 6）。
- 59. 競委會根據《條例》第 60(4)條接受承諾後，將不會就承諾所涉及的事宜（即與所指明汽車品牌有關的特定保用限制）繼續調查或在審裁處提起法律程序。

V. 就承諾所收到的申述

60. 公眾諮詢期間，競委會共收到以下 9 份申述：

- (a) 行業協會：香港汽車修理同業商會；
- (b) 消費者委員會（「消委會」）¹⁸；
- (c) 香港中文大學吳嘉豪教授（「吳教授」）；及
- (d) 六名市民。

61. 雖然這些申述提供多項意見及 / 或建議，惟競委會在仔細審視所有已收到的申述後，認為承諾對釋除其對可能違反第一行為守則的疑慮屬適當的，毋需作出進一步修訂。

62. 以下是部分已收到的主要意見的簡要，以及競委會的回應。

關於承諾範圍及有效期的意見

63. 消委會提出多個關於承諾範圍的問題，包括建議擴大承諾的範圍，以涵蓋二手、翻新、平行進口車及電單車。就此，競委會指出承諾亦會惠及仍在保用期內的二手車，而因是次調查的重點為於香港分銷的新私家車，建議涵蓋範圍的其餘部分超出調查的範圍。

64. 另一申述指出承諾的 5 年有效期並不足夠及應予延長。競委會認為 5 年符合比例及足以釋除本會的疑慮。無論如何，即使這 5 年的有效期過去，競委會亦會密切留意市場發展，並在有需要時介入。

¹⁸ 消委會的申述於指定期限 2022 年 8 月 15 日下午六時後接獲，惟逾時少於兩小時。經考慮所有相關因素，競委會已行使酌情權將消委會的申述納入考慮之內。

關於保用維修的意見

65. 消委會建議承諾應明確禁止有關分銷商要求必須在特約維修中心進行保用維修。競委會認為這要求不太可能構成違反第一行為守則的行為，原因是有關分銷商通常承擔這些保用維修的成本，因此應獲准指明保用維修必須在哪裏進行。

關於使用及購買零件、配件及維修手冊的意見

66. 某些申述提出使用第三方 / 配件市場的零件及配件不應令保用失效。競委會認為單單因為使用第三方 / 配件市場零件而令保用失效會引起問題。然而，這些問題事實上不大可能發生，原因是香港的汽車保用政策通常不會要求車主使用原廠零件及配件。雖然大部分保用不涵蓋由使用非原廠零件及配件而導致的損毀，但競委會認為這限制不太可能構成違反第一行為守則的行為，因為車主不應期望有關分銷商為第三方的零件及配件導致的損毀提供保用。
67. 其他申述提出獨立車房需更容易獲得原廠零件、維修手冊、產品目錄及相關軟件，才能與特約維修中心競爭。這些建議超越這次調查的範圍。

關於解決爭議的意見

68. 一些申述提出特約維修中心可能不當地指稱損毀是由獨立車房造成。根據競委會的調查，沒有證據顯示接受有關承諾相當可能會導致保用服務上的爭議顯著增加。因此，競委會認為要求有關分銷商在承諾中同意採用某特設的解決爭議機制，與本個案的情況並不相稱。

關於安全問題的意見

69. 競委會留意到某些個別申述提出關於獨立車房的安全問題，並建議應要求獨立車房向機電工程署註冊。然而，就申述中提及獨立車房未必能按規定的安全標準進行保養及維修服務的指稱，競委會未有證據顯示屬實。

關於承諾可能在價格及服務質素方面造成的影響的意見

70. 消委會關注當分銷商因車主在其他地方進行維修及保養服務而收入減少時，它們可能透過提高車價、收窄服務範圍或降低服務質素，尋求將這些損失轉嫁至消費者。競委會認為這並無根據，原因是私家車市場競爭激烈，而且承諾更會令特定品牌保養及維修服務市場的競爭增加。任何嘗試提高車價的舉動，將相當可能使顧客流失至其他汽車品牌及市場以外的其他選擇（例如二手車及其他交通工具）。同樣地，任何令保養及維修服務的範圍收窄或質素變差的舉措，亦會受制於車主可轉而光顧獨立車房的能力。

關於市場定義、申述中指稱促進競爭的效益及出現默契串通風險的意見

71. 吳教授指出競委會應採用包括一般汽車市場在內的另一市場定義，而非現時的特定品牌保養及維修服務市場。雖然《條例》第 60 條沒有要求競委會須就市場定義達致確定的結論，才能以接受承諾的方式釋除疑慮，但競委會須指出其調查無論如何都不支持存在單一市場這說法，原因正如上文第 36(a)段所解釋，全新私家車的買家通常都不會計算全壽命週期的成本。這看法與其他司法管轄區所採用的市場定義一致，而競委會亦未有識別出香港市場有任何特徵支持另一個市場定義。
72. 吳教授亦指出競委會應將保用限制或會提高汽車的轉售價值及減低提供保用的成本納入其競爭評估的考慮範圍。競委會未有證據支持這些指稱的效益，而調查期間有關分銷商亦沒有提出相關效益。即使能證實有相關效益，但保用限制的存在便相當可能蓋過相關效益。
73. 最後，吳教授表示關注承諾可能促使有關分銷商達成默契串通，因它們同時刪除保用限制，可能令其成本結構拉近，繼而使維修及保養服務價格上升。競委會對於有關分銷商在容許在獨立車房進行保養及維修服務後，成本結構會否比以往更趨一致，並沒有明確結論，亦認為這個疑慮純屬假設。

VI. 競委會對承諾的接受

74. 鑒於上述情況並經仔細考慮所收到的申述後，競委會認為承諾對釋除其對可能違反第一行為守則的疑慮屬適當的。
75. 特別是，自接受承諾後起計 90 日內，有關分銷商會在所有現行的標準保用及 / 或免費延長保用中，完全刪除它們所實施的保用限制，而承諾亦會確保有關分銷商不可將保用限制納入任何新的標準保用或免費延長保用，因此將能有效並及時釋除競委會的競爭疑慮。
76. 經考慮《第 60 條承諾政策》第 2.2 段的因素後，競委會亦認為在本個案的情況，承諾提供了適當的執法對策：
- (a) **行為的嚴重程度**。保用限制並不構成與競爭對手之間的合謀行為。競委會認為承諾所提出的解決方案能釋除其疑慮，並與有關行為發生的情況、所造成或有可能產生的損害相符。
 - (b) **釋除競爭疑慮的能力**。正如上文第 51 至 54 及 75 段所述，承諾確保保用限制不會被強制執行及 / 或納入保用文件內，有關分銷商亦會正式通知消費者，故能有針對性地有效釋除競委會的疑慮。
 - (c) **可有效履行及監察**。正如上文第 55 至 57 段所述，承諾包括具體規定，確保承諾可及時並有效履行，並受到競委會持續監察。
 - (d) **該《政策》第 2.2 段提及的其他因素**。在調查期間，有關分銷商一直真誠地與競委會接觸，而競委會確認本個案並沒有涉及《執法政策》提及的任何嚴重程度因素、時間方面的考量或其他會對承諾的適當程度構成重大影響的因素。
77. 因此，競委會作出通知，行使《條例》第 60 條賦予的權力，決定接受有關承諾，及不會繼續進行調查或在審裁處對有關分銷商提起法律程序。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。

78. 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。