

常見問題

1. 本案涉及哪些分銷商？它們分銷哪些私家車品牌？

共有七個分銷商向競委會提出承諾，涉及 17 個私家車品牌，它們是：

分銷商	私家車品牌
Cartel Motors Limited	雪鐵龍
大昌行集團有限公司	本田及日產
Inchcape International Holdings Limited	積架、Land Rover、豐田及凌志
錦龍汽車集團有限公司	起亞、Volkswagen 及奧迪
意美汽車（香港）有限公司	富士
森那美汽車集團（香港）有限公司	寶馬、MINI、三菱及鈴木
宏益控股有限公司	萬事得及福特

2. 競委會在調查過程中識別出哪些具限制性的汽車保用條款？這些條款在哪裏出現？

競委會識別出下列具限制性的汽車保用條款：

不論相關保養服務或維修項目是否屬於保用範圍，

- (i) 部分條款明確要求顧客只可在特約維修中心進行保養及／或維修，才能令保用繼續生效；及
- (ii) 部分條款有可能令顧客相信，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。

這些具限制性的條款，通常是在顧客購買新車時獲提供的標準保用條款內出現，視乎不同的汽車品牌，標準保用有效期介乎 2 至 5 年。此外，這些條款亦見於顧客購買新車時獲提供的免費延長保用，這種保用將原有保用期額外延長兩、三年，但通常只涵蓋車輛的某些部件（通常是動力系統）。

3. 競委會採用了甚麼方法調查本案？調查結果為何？

在調查期間，競委會接觸了相關市場的參與者，並深入分析具限制性的汽車保用條款。此外，競委會亦公開邀請公眾提供資料，特別是私家車車主及獨立車房的意見，這些意見確認了競委會對業界做法的評估。

根據調查結果，競委會關注到這些保用限制可能在車主身上產生鎖定效果，阻遏了他們於保用期內到獨立車房檢修車輛的念頭。這個潛在的鎖定效果，或會令獨立車房較難與特約維修中心有效競爭，並且不必要地令車主的服務選擇大幅減少，最終導致保養及維修價格高昂。

大部分向競委會提交意見的車主表示，如果可以選擇，他們願意在保用期內到獨立車房檢修其車輛。

4. 根據建議中的承諾取消保用限制，對私家車車主及獨立車房有甚麼好處？

如競委會接受建議中的承諾，當私家車需要檢修保用範圍以外的項目時，車主可選擇光顧獨立車房，而無需承擔不在特約維修中心檢修而引致保用失效的風險。

建議中的承諾並不會針對其他沒有引起競爭問題的保用條款，該些條款將繼續生效。例如，要求在特約維修中心進行保用項目維修的條款仍會保留，這類維修在保用期內通常無需車主繳付額外費用。

至於保用範圍涵蓋哪些零件，則視乎個別保用政策而定。現有及準車主應查閱其車輛的保用政策，了解保障範圍及不受保障的情況。

建議的承諾除了令車主受惠，亦會為獨立車房帶來正面的改變，讓獨立車房有更多機會參與競爭。

5. 何謂《競爭條例》（《條例》）第 60 條下的「承諾」？

根據《條例》第 60 條，競委會可在任何階段，接受被調查的各方採取或不採取任何行動的承諾，前提是競委會認為該承諾能釋除其對有關行為可能違反競爭守則的疑慮。而競委會在接受承諾前，無需得出該行為已違反第一行為守則的結論。

如競委會接受承諾，或會同意終止其調查，以及不在競爭事務審裁處就該等承諾所涵蓋的事宜提起法律程序，或終止已提起的法律程序。《條例》中並沒有規定作出承諾的各方須承認違反競爭守則。如某方沒有遵守該承諾，競委會可向審裁處申請強制執行該承諾。

6. 本個案為何適合以承諾方式處理？

競委會認為本個案適合以承諾方式處理，原因是建議的承諾能針對性及有效地，釋除該會在調查過程中對有關行為的疑慮。該等承諾確保分銷商不會執行保用限制，亦不會將限制收錄於新車的保用條款內，分銷商亦會將有關的修訂，正式通知現有客戶，因此能確保問題迅速解決，是與本個案相稱的應對措施。

7. 如何就建議的承諾提交意見？

所有申述應按以下方式提交至競委會：

- (a) (建議方式) 電郵至 Consultation@compcomm.hk，並請在電郵的主題註明個案編號 EC/02UB；
- (b) 傳真至 +852 2522 4997；或
- (c) 郵寄：
香港黃竹坑
黃竹坑道 8 號
19 樓 South Island Place
競爭事務委員會
提交申述（個案編號 EC/02UB）