

《競爭條例》

與

工商組織



競爭事務委員會
COMPETITION
COMMISSION



《競爭條例》(《條例》)

禁止企業的反競爭行為，從而推動競爭並促進經濟增長。反競爭行為包括競爭對手之間訂立損害競爭的協議。

工商組織在促進會員的利益方面起著重要作用。他們在教育其會員遵循《條例》，以及推動有利於競爭的合規文化方面，均擔當著關鍵角色。工商組織在協調會員的同時，亦須明白他們在《條例》下所要履行的責任。

違反《條例》有可能為組織及其會員帶來嚴重後果。

本小冊子為工商組織提供「可做」和「不可做」的實用貼士，以盡量減低違反《條例》的風險。

可做



1. 繼續幫助會員了解行業的發展，及向政府和客戶爭取業界權益。
2. 教育會員遵循《條例》。
3. 為組織制訂《條例》的合規政策，選出一名人員負責監督組織的合規工作。
4. 向會員收集資料時應審慎從事，切勿協助會員交換影響競爭的敏感資料（參閱「不可做」的第6點）。資料應由組織的職員或獨立於會員的第三方處理。以匿名、綜合的形式分發已過去的資料，其構成問題的可能性會較低。*[參閱虛構示例 1]*
5. 確保組織的會籍是以清楚、客觀及定性的準則發出，亦要為拒絕入會申請或終止會籍等情況訂立上訴程序。
6. 工商組織如有為會員提供認證或頒發品質標籤來認可他們符合特定的行業標準，便須確保有關認證是取決於客觀和合理的品質要求，且所有符合要求的企業均可獲得認證。*[參閱虛構示例 3]*
7. 工商組織如有就產品或服務的供應訂立標準條款，則必須開放制訂標準的過程，讓其會員參與，並確保這些條款不會影響向消費者收取的價格。標準條款應該不具約束力，且所有會員或非會員均可取得有關條款的內容。*[參閱虛構示例 4]*

不可做



1. 不可建議或要求會員把產品的價格或服務的收費定於某指定水平。
2. 不可對會員售賣產品的其他條款及條件作出限制 (例如: 訂定銷售的信貸條款)。
3. 不可協助會員瓜分銷售領域, 包括以地區、顧客種類或產品種類瓜分。
4. 不可為會員訂定或建議其產量目標。
5. 不可協調或協助會員合謀投標。
6. 不可協助會員分享影響競爭的敏感資料, 敏感資料指企業一般不希望競爭對手知悉的策略性資料。一般而言, 涉及產品或服務的價格 (包括未來定價意向) 及銷量的資料最為敏感。*[參閱虛構示例 2]*
7. 不可安排或鼓勵會員針對特定人士 / 企業進行集體杯葛。*[參閱虛構示例 5]*
8. 不可設立會限制或減少會員間競爭的規則或守則, 例如: 規定會員不得招聘競爭對手的僱員, 或限制會員的折扣 / 推廣活動。
9. 不可使用任意的規則招收和 / 或開除會員。
10. 不可阻止會員制訂其他標準或提供不符合組織標準的產品。

虛構示例 1

香港只有五間供應包裝鮮果的商號。因鮮果的需求隨季節變化，各供應商經常產生大量未售並壞掉的貨品。為了解決此問題，供應商要求他們的行業協會聘用一間獨立市場研究公司，負責每天



整理未售鮮果的資料。該公司每週在其網站上公佈未售鮮果的綜合資料，讓供應商可更準確預測需求。各供應商或行業協會的職員均無法識別個別供應商的一些影響競爭的敏感資料。

該行業協會向競委會查詢，這種會員間的資料交換會否構成競爭問題。

競委會**不大可能**認為上述資料交換具有損害競爭的效果。鑒於資料的綜合性及歷史性，且交換資料公開進行，這種種因素均會減低對競爭造成損害的可能性。



虛構示例 2

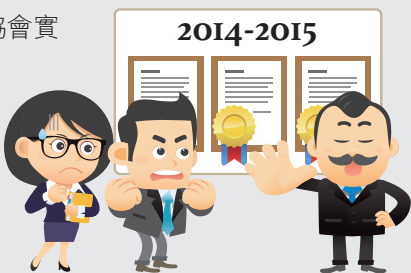
帆船業協會向會員收集並發放會員各自擬訂的未來價格資料，其中包括各特定航線的擬訂價格。該等資料不會向公眾公開，而是在協會會員進行季節性價格調整前給各會員傳閱。



競委會極為關注上述行為，該行業協會及其會員可能需要負上法律責任。上述的資料交換行為，讓帆船業經營者得以參照競爭對手擬訂的價格來調整其未來定價，因而減低了市場上的價格競爭。此交換資料的安排是一種間接合謀定價的模式。

虛構示例 3

多年來，本地一行業協會實行了一套認證制度，其會員的產品可獲得協會的「認可」。消費者亦以該認證作為選購產品時的主要考慮因素，而沒有認證的產品的需求量極小。



在最近一次只有數名主要會員出席的會議上，該行業協會決定在會籍條件中加入最低營業額的要求。新規定令許多小型會員失去會籍，其產品亦因無法再獲得認證而銷量大跌。

競委會極為關注上述行為，該行業協會及其會員可能需要負上法律責任。上述條件改變的目的似乎是為了終止較小型市場參與者的會籍。該變更可能令致一些較小型公司倒閉，而大型競爭對手亦可能因而可以提高價格。



虛構示例 4

保險業行業協會將不具約束力的汽車保險標準保單條款分發給其會員。該等條款並不涉及保單的最高保額、保費或其他價格元素。雖然很多保險公司都採用這標準條款，但每份保單均會按



個別客戶的需要而訂立，並且各有不同，這些標準條款讓消費者可以比較市場上不同的保單選擇。所有保險公司，包括潛在進入市場的新公司，均可以同樣地取得該等條款內容。



上述標準條款**不大可能**會引起競委會的關注。雖然條款涉及售予消費者的產品種類範圍，但似乎對產品選擇的影響（如有的話）有限。採用標準條款的保單仍會按個別客戶的需要而訂。此外，上述標準條款讓消費者可以就不同產品作出比較，有助他們轉換保險公司，以及有利新公司進入市場，促進競爭。

虛構示例 5



本港某製造業的公司一向透過多間專業招聘公司招聘不同類型的海外員工。HireMe Ltd 最近以一種嶄新及具創意的商業模式進入了市場。HireMe 以中介人角色，綜合不同的專業招聘公司所提供的服務，為其客戶提供「一站式服務」。

HireMe 進入市場後，一行業協會進行了一次會議，討論 HireMe 在市場所造成的影響，該協會的會員包括本港主要的專業招聘公司（但 HireMe 不是會員）。協會成員於會議上同意立即終止與 HireMe 簽訂的所有合約，並不再與其簽訂新合約，同時確保他們各自的海外分公司也這樣做。

換言之，該行業協會組織了針對 HireMe 的集體杯葛，以將 HireMe 排擠出市場。競委會極為關注此類行為，該行業協會及其會員可能需要負上法律責任。





想進一步了解競爭事務委員會如何
詮譯及執行《條例》，請到競委會
網頁 www.compcomm.hk，
參閱《條例》指引及其他引導性資料。



競爭事務委員會
COMPETITION
COMMISSION

地址： 香港灣仔皇后大道東 197 - 213 號
胡忠大廈 36 樓 3601 室
電話： +852 3462 2118
傳真： +852 2522 4997
電郵： enquiry@compcomm.hk

免責聲明

本小冊子所載的資料只作一般參考用途，並非為《競爭條例》(《條例》)的應用提供詳盡指引。有關法例的詳細及明確內容，請直接參閱《條例》的條文。競爭事務委員會(競委會)並不就上述資料於個別目的或用途上的準確性或適用性作出明示或隱含保證。上述建議不會影響競委會在《條例》下獲賦予的職能及權力。

© 2015 年 5 月 競爭事務委員會 (香港)

