

常見問題

1. Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送各自提出，餐廳日後即使與小型及新晉平台合作，亦不會失去與 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送獨家合作的好處。哪些平台會被視為小型平台？

競委會把小型平台定義為過往在香港的市場佔有率從未超過 10%的網上外賣平台（低市佔率平台）。

進行是次諮詢時，在香港的網上外賣送遞市場中，只有 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送的市場佔有率高於 10%。

2. 除了不可將獨家條款¹應用於小型平台之外，Foodpanda/Deliveroo 戶戶送與合作餐廳的協議還會有哪些修訂？

協議的其他修訂包括：

- (a) **清楚列明合作餐廳可轉換合作模式**：協議將列明合作餐廳可由與 Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送獨家合作，轉為同時與其他平台合作（非獨家合作），並列明該兩類模式下的佣金率。
- (b) **轉換合作模式的通知期**：當合作餐廳擬轉為非獨家合作時，Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送要求餐廳作出的通知期，不可超過兩個月；
- (c) **可追收的佣金差額**：如合作餐廳在沒有作出通知的情況下，轉為非獨家合作，而 Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送無法確定該餐廳轉換合作模式的日期，相關平台只可要求餐廳補上最多兩個月的佣金差額。
- (d) **合作餐廳可自由定價**：合作餐廳在以下銷售渠道的定價，可低於其在 Deliveroo 戶戶送或 Foodpanda 的定價：
 - (i) 餐廳自家的外賣送遞渠道；
 - (ii) 堂食；及
 - (iii) 就 Foodpanda 建議的承諾，在其他網上外賣平台，及
- (e) **增設機制讓餐廳選擇採用外賣自取服務（只適用於 Foodpanda）**：相關協議將設有機制，要求 Foodpanda 需取得合作餐廳的明確同意，才落實餐廳採用其外賣自取服務²；並容許合作餐廳在終止採用 Foodpanda 的外賣自取服務時，仍可繼續使用其外賣送遞服務。

¹ 按獨家條款，如餐廳與 Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送獨家合作，相關平台將向該餐廳收取較低的佣金率。

² 即消費者於 Foodpanda 點餐後，自行到餐廳領取餐點。

3. 建議的承諾如何令消費者、餐廳及其他人士受惠？

建議的承諾會令以下人士受惠：

- 小型及新晉網上外賣平台將可與更多餐廳合作，擴大其餐廳網絡，以及在平等的環境下競爭；
- 餐廳將可：
 - (a) 與小型及新晉平台合作，同時亦不會失去與 Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送獨家合作的好處；
 - (b) 較容易由與 Foodpanda 或 Deliveroo 戶戶送獨家合作，轉為非獨家合作；
 - (c) 在堂食、餐廳本身的外送渠道及其他平台，提供較低的餐點價格，這將為 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送帶來降低佣金率的壓力；
 - (d) 在使用 Foodpanda 的外賣送遞服務時，無需同時使用其外賣自取服務；及
- 平台之間的競爭加強，最終會為**消費者**帶來更多選擇，及潛在較低的餐點價格。

4. 為什麼建議的承諾允許對低市佔率平台以外的平台，繼續採用獨家條款？

獨家交易是一種普遍的商業安排，在大多數情況下均不會損害競爭，有時更可能會促進競爭。

然而，香港的網上外賣送遞市場高度集中，Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送各自具有一定程度的市場權勢，而其餘所有平台都是規模很小的市場參與者。競委會調查期間得到的證據顯示，市佔率低於 10% 的平台，過往均無法在香港的市場競爭中穩佔一席位。

在這獨特的市場情況下，Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送採用獨家條款，相當可能會妨礙新成立或小型平台進入市場及擴充業務。競委會認為，建議的承諾訂明獨家條款不可禁止餐廳與低市佔率平台合作，能釋除有關疑慮。

5. 如何釐定平台是否低市佔率平台？

競委會把低市佔率平台定義為過往市場佔有率從未超過 10% 的網上外賣平台。進行是次諮詢時，在香港的網上外賣送遞市場中，只有 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送的市場佔有率高於 10%。

由於低市佔率平台的市場佔有率可能會隨著時間而增加，因此建議的承諾設立了機制，以判辨平台何時不再是低市佔率平台。根據該機制，Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送均可以書面向競委會提供證據，證明另一平台的市佔率已超過 10%，供競委會核實

及審批。競委會已制定了若干計算市場佔有率的準則，而 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送已同意遵循。競委會亦可向第三方收集資料及自行作出評估。

為讓餐廳掌握有關情況，如競委會允許 Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送不再視某第三方平台為低市佔率平台，將會在其網站發布通知。

6. 如競委會接受建議的承諾，餐廳及其他網上外賣平台需採取任何行動嗎？

如果競委會接受建議的承諾，餐廳和低市佔率平台無需採取任何行動。

建議的承諾生效後，Foodpanda 及 Deliveroo 戶戶送必須在 90 天內，各自向其所有合作餐廳發出通知，以清晰的字句列明協議的所有修訂。

7. 本案是如何被發現的？競委會採用了甚麼方法調查本案？

本案源於數宗投訴。在調查期間，競委會接觸了相關人士，包括公開邀請餐飲業界提供資料，並從中獲得有助調查的資料。

8. 何謂《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《第 60 條承諾政策》所載，如某方沒有遵守承諾，競委會可撤回對承諾的接受及／或向競爭事務審裁處申請強制執行該承諾。

9. 本個案為何適合以承諾方式處理？

競委會認為建議的承諾能快速、具針對性及有效地，釋除該會在調查過程中對有關行為的疑慮。該等承諾確保 Foodpanda/Deliveroo 戶戶送與合作餐廳的協議將會修改，迅速解決問題，是與本個案相稱的應對措施。

10. 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/03JJ；
- 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/03JJ）

逾時提交的申述將不獲考慮。