

## 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

### 引言

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 10 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（雖然就本調查而言，此類條款的定義摒除了該住宿提供者自家的網上銷售渠道）（「**廣義平價**」）<sup>2</sup>；
  - 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（雖然就本調查而言，此類條款的定義摒除了該住宿提供者自家的網上銷售渠道）（「**廣義條件平等**」）；以及

<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。以下描述之建議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。

- 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**」）。
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（「**建議的承諾**」），建議的承諾載於**附件 1、2 和 3**。競委會認為，建議的承諾對釋除競委會對可能違反第一行為守則的疑慮屬適當的，因此競委會擬接受該等承諾。
7. 按《條例》附表 2 第 2 條的要求，競委會現就建議的承諾發出通知，並要求不同人士就本通知（包括就著競委會擬接受建議的承諾這方面）作出申述。
8. 本通知餘下部分詳述下列各項：
  - a. 有關各方（**A 部**）；
  - b. 網上旅行社在住宿提供者房間的供應中的角色（**B 部**）；
  - c. 競委會識別出的競爭問題（**C 部**）；
  - d. 建議的承諾（**D 部**及附件 1、2 和 3）；及
  - e. 有意發表意見的人士就本通知作出申述的適當方式（**E 部**）。

## A. 有關各方

9. 有關各方是香港三個主要網上旅行社集團<sup>3</sup>的一部分，構成大部分在香港的網上旅行社的住宿預訂。
10. 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. 的直接或間接全資附屬公司。Booking.com B.V. 及 Booking.com Holding B.V. 於荷蘭註冊成立。Booking.com (Hong Kong) Ltd. 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，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 所建議的承諾，是關於為消費者提供酒店的 Expedia 集團品牌網站，包括在香港的品牌 Expedia 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地區的酒店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。

## B 網上旅行社在住宿提供者房間的供應中的角色

11. 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。
12. 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

---

<sup>3</sup> 尚有一些較小型的網上旅行社於香港經營。

及相片。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。

13. 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。
14. 為盡量提高入住率，香港的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。

### **C 競委會識別出的競爭問題**

15. 本節會按《條例》附表 2 第 2 條(2)(d)解釋建議的承諾謀求處理的情況。
16. 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並非競爭對手<sup>4</sup>。競委會已評估相關條文是否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*

17. 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，因此潛在減弱網上旅行社之間競爭的效果。
18. 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。
19. 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上調房價，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

---

<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。

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。

20. 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*

21. 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。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。

#### *廣義條件平等條款*

22. 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。
23. 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時，亦無法以較佳的房間條件作為談判籌碼。

#### **D. 建議的承諾**

24. 這一節提供建議的承諾（見附件 1、2 和 3）的重點概要，並就《條例》附表 2 第 2 條 (2)(b) 解釋希望達到的目的及效果。
25. 建議的承諾不構成各方承認違反競爭守則。
26. 如競委會接受建議的承諾，便會同意不再就此事繼續對各方進行調查，亦不會在審裁處對各方提起法律程序。

#### *涵蓋範圍*

27. 建議的承諾旨在確保各方與住宿提供者之間，不會執行或訂立包含以下條款的協議：廣義平價、廣義條件平等及房源平等條款。
28. 建議的承諾亦訂明，如協議限制某住宿提供者在其非網上銷售渠道提出的條款及條件，包括房價，各方不會與該住宿提供者執行或訂立該協議。
29. 建議的承諾擬達到之目的，是嘗試在各方的關係中及就其他網上旅行社，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，以釋除 C 部中有關競爭的疑慮。
30. 隨著各方作出建議的承諾，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。
31. 建議的承諾包括不再實施與房源平等有關的條款，以及其他條件上的平等，而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。
32. 最後，建議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，以有別於一般單純訂房的手法處理亦相當合理。

#### *履行承諾時間*

33. 各方在收到競委會的通知表示接受建議的承諾後，將於當日起計 90 個曆日內實行建議的承諾。
34. 各方在收到競委會的通知表示接受建議的承諾後，將於當日起計 120 個曆日內，各自向競委會提供書面報告，匯報他們遵守建議的承諾的情況。
35. 建議的承諾的有效期由上文第 33 段所指明的實行日期起計為期 5 年。

#### **E. 就本通知作出申述**

36. 競委會現邀請有意發表意見的人士就本通知中的事宜，包括就競委會擬接受建議的承諾作出申述。競委會將會於考慮所有在下列截止日期前所收到的申述後，決定是否接受建議的承諾。

37. 任何人士如有意提供申述，應最遲於 2020 年 4 月 14 日下午 6 時正以書面方式提供。  
**逾時提交的申述將不獲考慮。**
38. 所有申述應按以下方式提交競委會：
- a. (建議方式) 電郵至 [Consultation@compcomm.hk](mailto:Consultation@compcomm.hk)，並請在電郵的主題註明個案編號 EC/02NJ；
  - 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/02NJ）
39. 競委會會將收到的所有申述上載於競委會網站。
40. 根據《條例》第 123(2)條，如某人提出部分或所有申述內容須予保密，則應指明有關資料，並列明該人認為該資料屬機密的理由，並提供一份已刪除所有機密資料的非機密發布版本。