



# 廣播事務管理局 競爭指引草擬本

2.11.2000

# 指引的目的

## ■ 協助業界了解

- 廣管局如何處理競爭個案;
- 哪些行爲是法例所禁止的 ;及
- 如何作出有效的投訴。

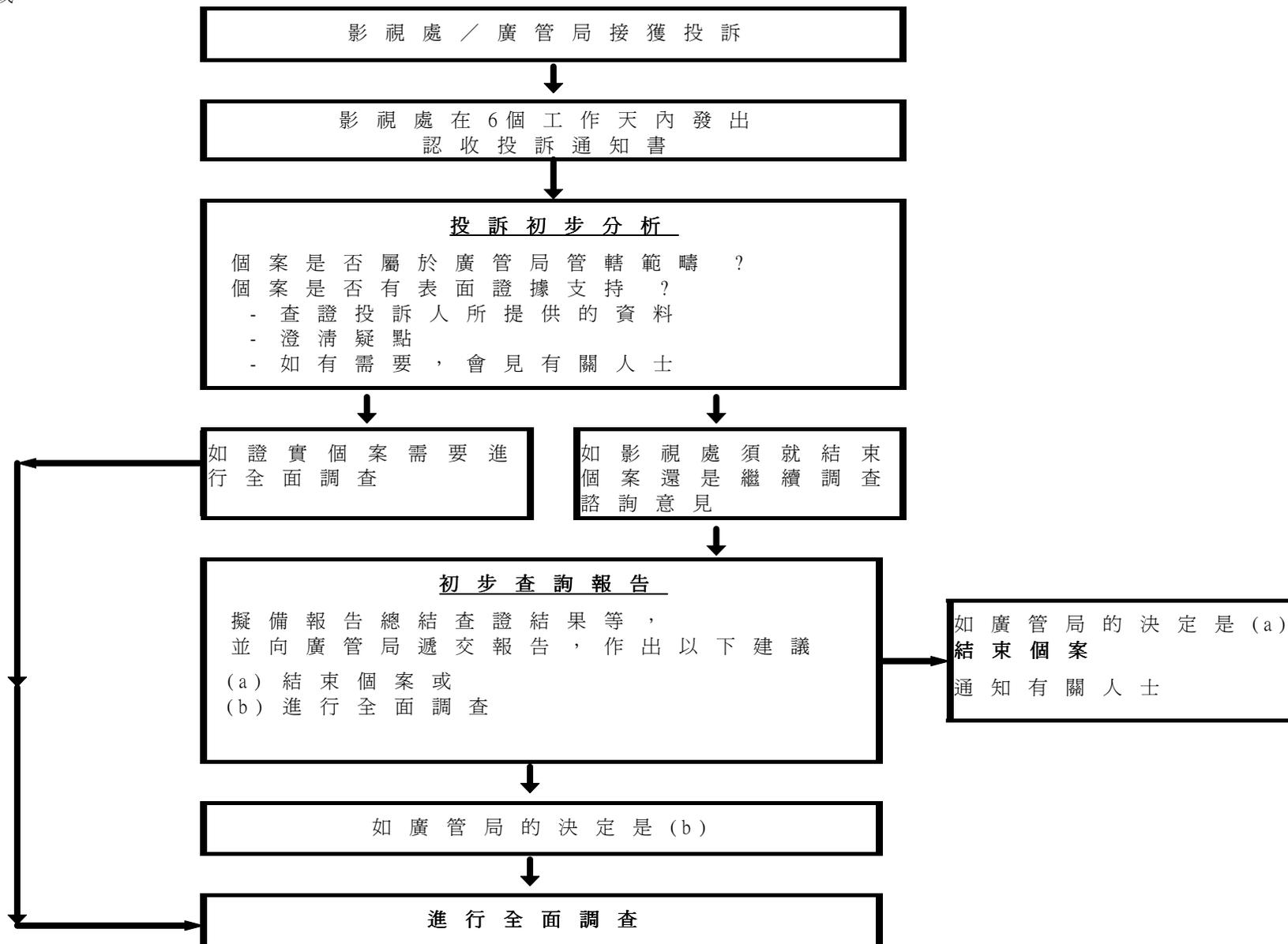
以確保業界遵守法例規定

# 指引的目的並不是要

- 涵蓋所有可能發生的情況；
- 處理個別情況；或
- 在沒有實際個案的情況下評估市場的競爭形勢。

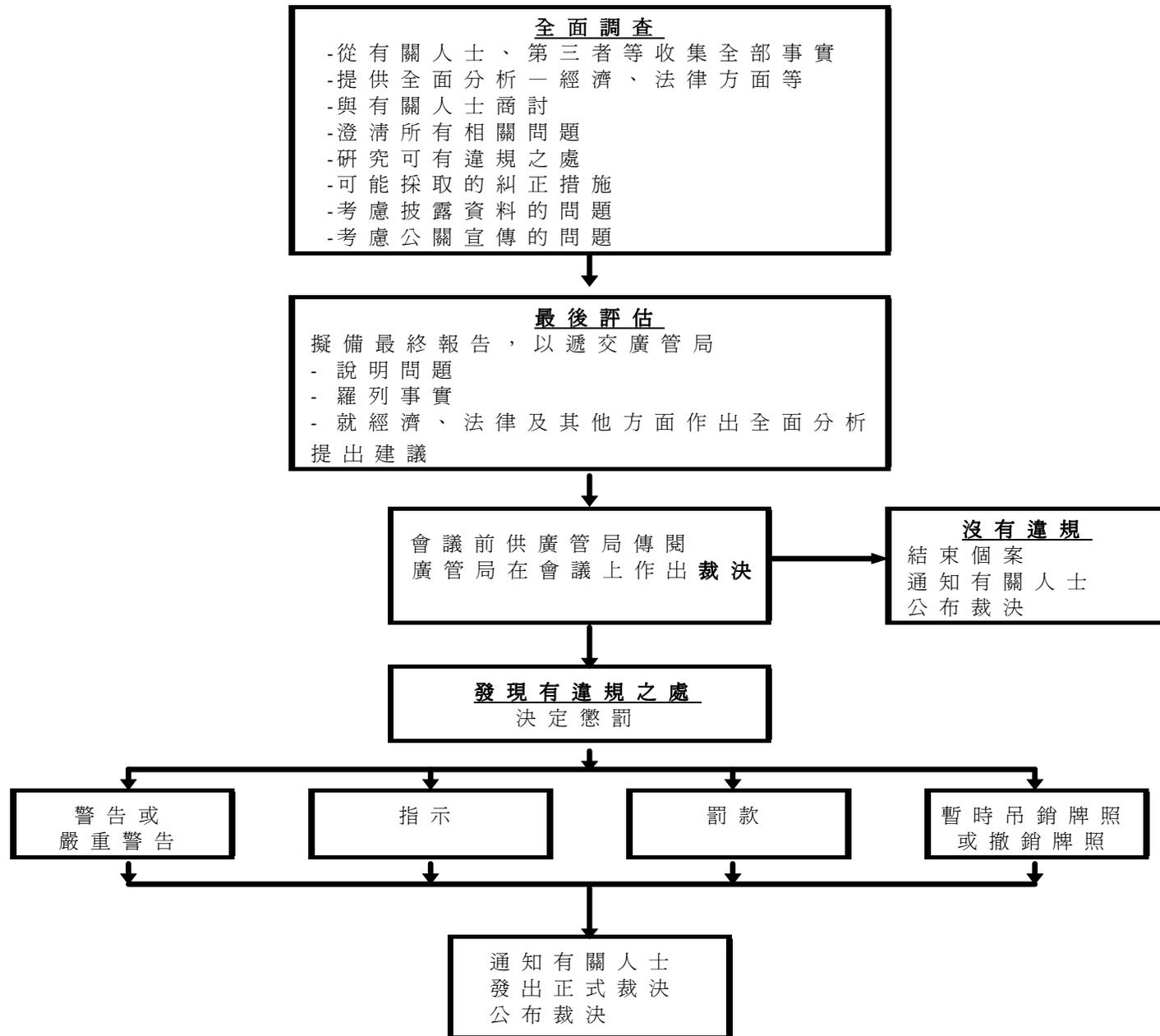
初步查詢階段

30至60個工作天  
內完成



調查階段

4至6個月內完成





廣播條例第**13**條

反競爭行爲

# 第13條 - 反競爭行爲

- 行爲
- 目的或效果會：  
防止、  
扭曲、  
相當程度上限制
- 香港電視節目服務市場的競爭。

# 在電視節目服市場內.....

- 如何界定市場
  - 需求方面
  - 供應方面
  - 地域
  - 時間

# 行為的種類

- 在一般情況下，是指各類協議：
  - 不一定是正式協議；
  - 包括默契。
- 非處於支配優勢的持牌人，若單獨行事，一般不會對市場造成顯著影響。

# 實際上.....

- 卡特爾；
- 分享市場；
- 操縱投標；
- 及類似行爲
  - 但可能會按第13(4)及(5)條獲得豁免
    - 持牌人所製作的節目, 供持牌人的服務播映
    - 廣管局根據指明的理由給予豁免  
(有需要時會訂定附屬法例)



廣播條例第**14**條

濫用支配優勢

# 第14條 - 濫用支配優勢

- 禁止持牌機構濫用支配優勢,而非針對持牌機構處於支配優勢。
- 測試持牌人行事,能否不受競爭方面的相當程度約制?
- 若行為有扭曲競爭的目的或效果,則會被視為濫用支配優勢。

# 支配優勢的指標

- 市場佔有率
  - 佔有率經常  $> 50\%$ —假定處於支配優勢
  - 佔有率經常  $< 40\%$ —假定不處於支配優勢
- 行爲方面—在通常的情況下，佔有率高於**25%**，才會產生影響。
- 但有其他因素可能改變以上的指標

# 其他因素

- 潛在的競爭對手；
- 市場結構；
- 買家實力；
- 顧客流失；
- 進入市場的障礙
  - 絕對優勢，例如：由於頻譜限制而制定的規管措施；
  - 策略性優勢，例如：「先行者」優勢 / 知識產權 / 品牌。

# 濫用支配優勢的例子

- 掠奪式定價；
- 互相補貼；
- 拒絕提供必需的設施；
- 搭配銷售；
- 或類似行爲。



# 市場定義

# 何謂市場 - 定義

## 兩種測試

- 消費者有何選擇  
(需求方面)
- 誰可能成爲競爭對手  
(供應方面)

# 需求方面

- 其他可供選擇的產品
  - 考慮：
    - 價格
    - 質素
    - 內容
    - 轉換成本  
及類似行爲
- 有線電視-衛星電視?
- 收費電視-免費電視?

# 供應方面

- 會否出現其他的供應商？
  - 能輕易轉而提供有關服務
  - 容易進入市場
  - 所需成本
  - 技術障礙
  - 規管障礙
- 新聞頻道的供應者-提供天氣頻道

# 產品市場

- 界定產品的特性
- 需求或供應需視乎實際情況而定
- 界定相關的市場時，必須同時考慮.....

# 影響市場定義的其他因素

## ■ 地域市場

- 市場的地域範圍有多大？
- 例如：香港？亞太區？

## ■ 時間市場

- 有沒有時間性？
- 例如：現場直播體育節目？
- 例如：於黃金或非黃金時段的廣告？

# 指引旨在確保.....

- 持牌人及消費者的利益能得到保障
- 有關的裁決
  - 既顧及商業經營的現實需要，亦保障消費者利益
  - 皆以指引為依據 (除非有更好的理據)
  - 會考慮本地及海外的有關案例.....

但.....必須符合香港市場的實際情況。

完結