

車用燃油零售市場研究報告

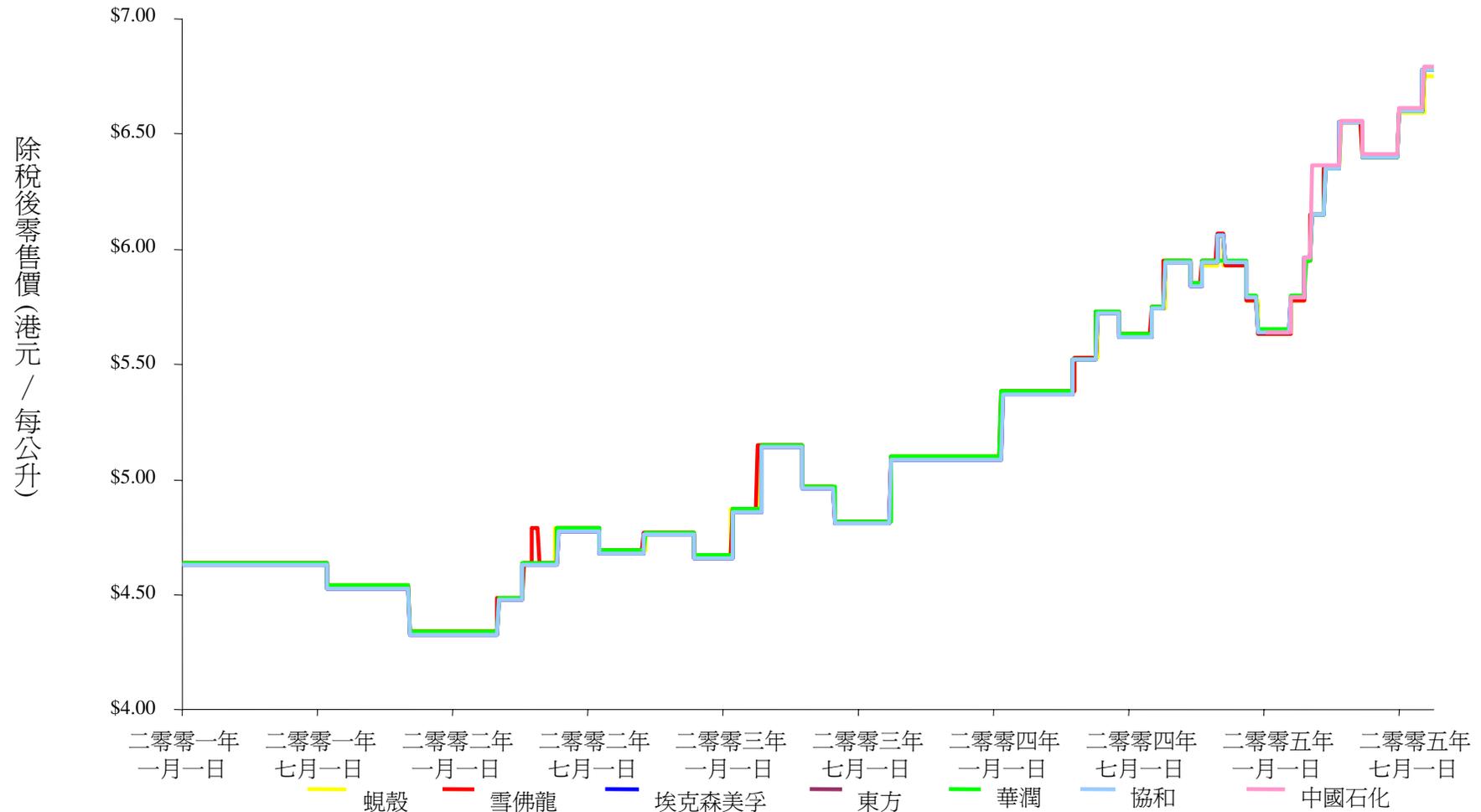
(中文譯本)

立法會經濟事務委員會簡報

二零零六年四月廿四日

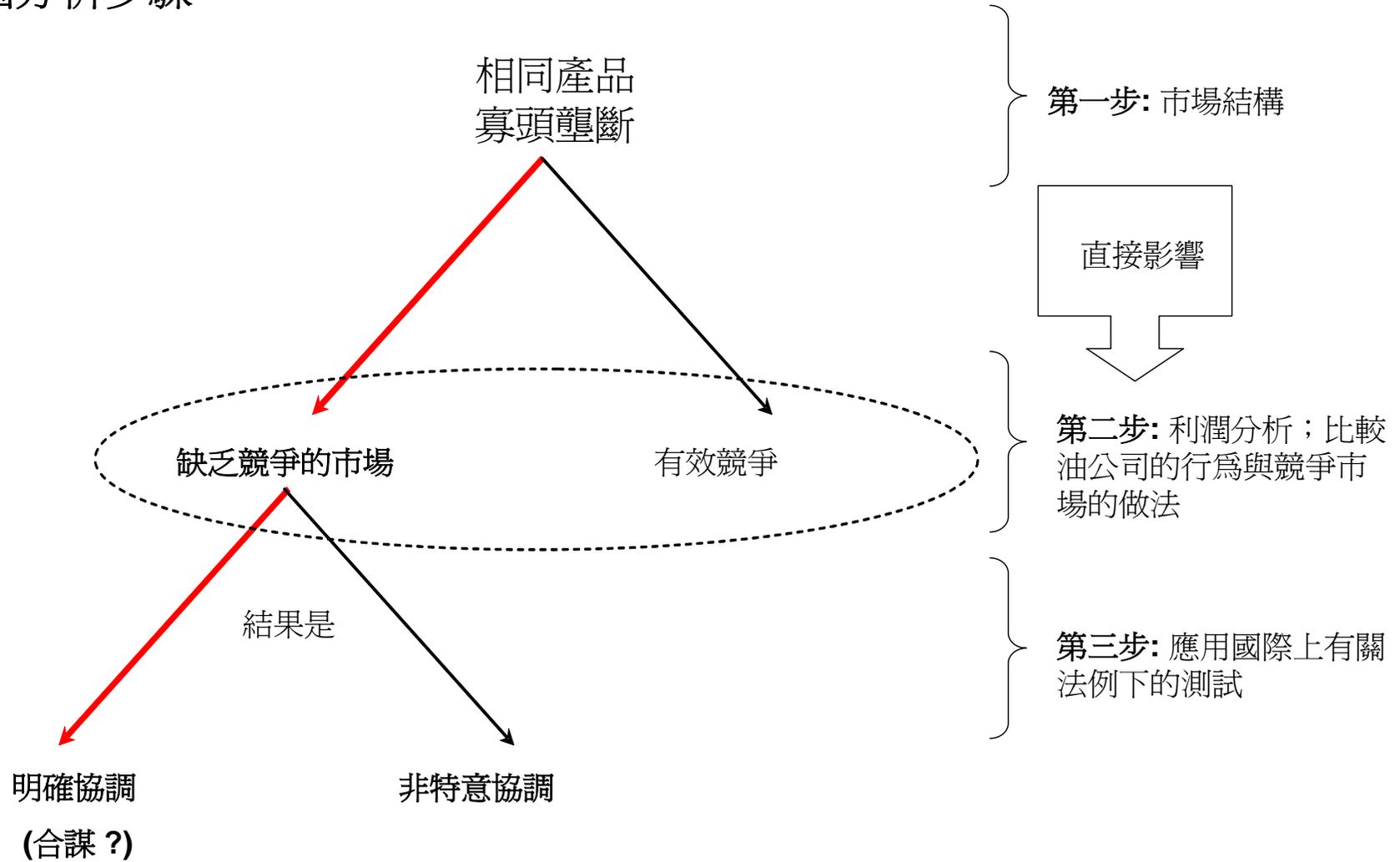
油公司行爲： 並行定價

- 市民認為有並行定價情況的看法是正確的。



並行定價代表了甚麼？

三個分析步驟



香港市場特徵

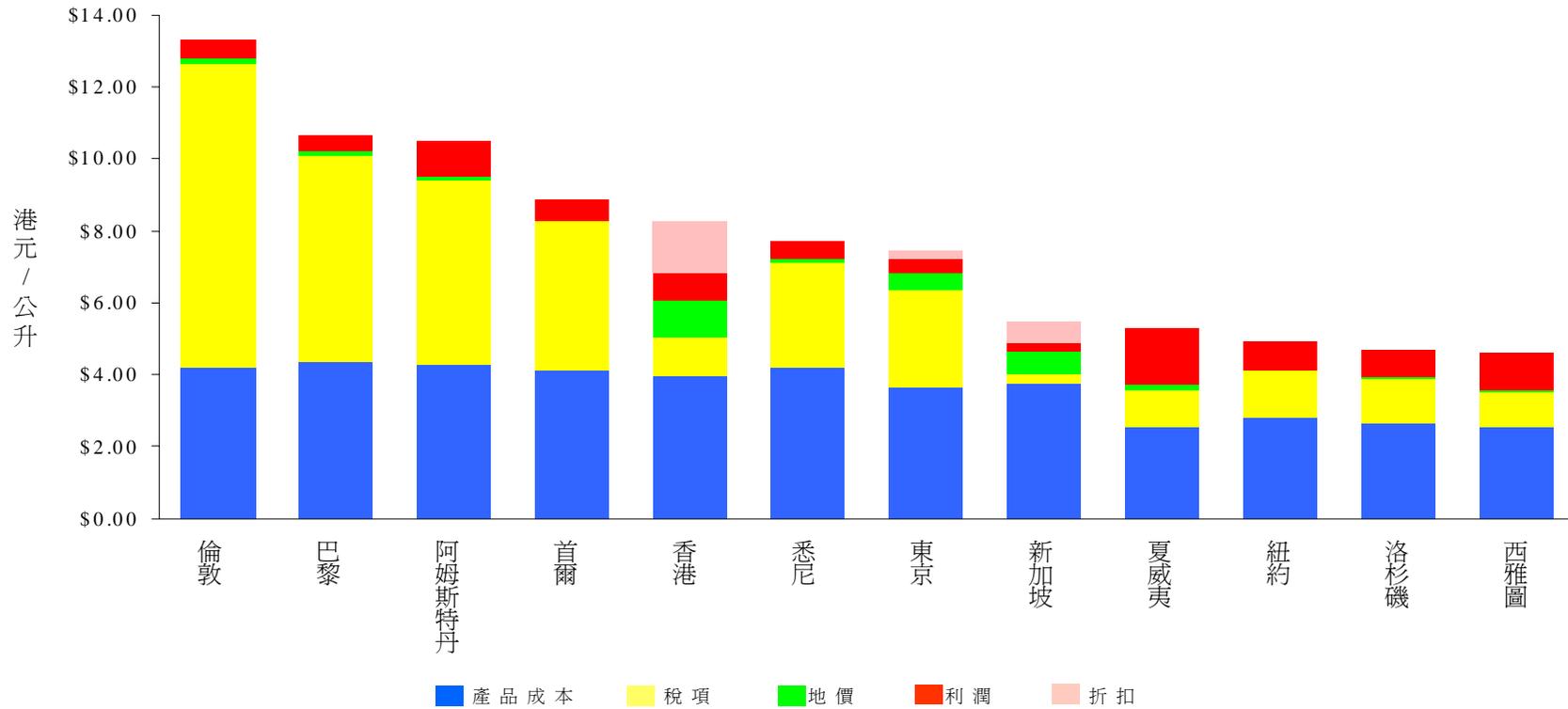
- 規模很小:
 - 不足紐約州和英國市場的4%和只較新加坡市場大26%
- 成熟和日漸萎縮的市場:
 - 柴油銷售量在過去五年減少 25-30%
 - 於內地入油情況普遍
 - 固定成本高對價格/利潤造成不利影響
- 高度縱向結合
- 沒有煉油廠:
 - 入口規模成爲關鍵因素
 - 影響價格變動
 - 對競爭者構成潛在阻力
 - 環保標準的影響

香港利潤分析

| | 普通汽油 港元/公升 (截至2005年6月) | 超低硫柴油 港元/公升 (截至2005年6月) |
|-----------|------------------------------|-------------------------------|
| 零售價 | 12.06 | 7.23 |
| 一般折扣 | 0.93 | 1.45 |
| 折後價格 | 11.13 | 5.78 |
| 稅項 | 6.06 | 1.11 |
| 產品成本 | 3.00 | 2.86 |
| 毛利 | 2.07 | 1.81 |

- 非汽油產品銷售量很低 – 只為燃油毛利增添每公升0.04港元的收入
- 自消費者委員會於1999年發表報告後, 汽油和柴油的毛利分別減少14%及25%。

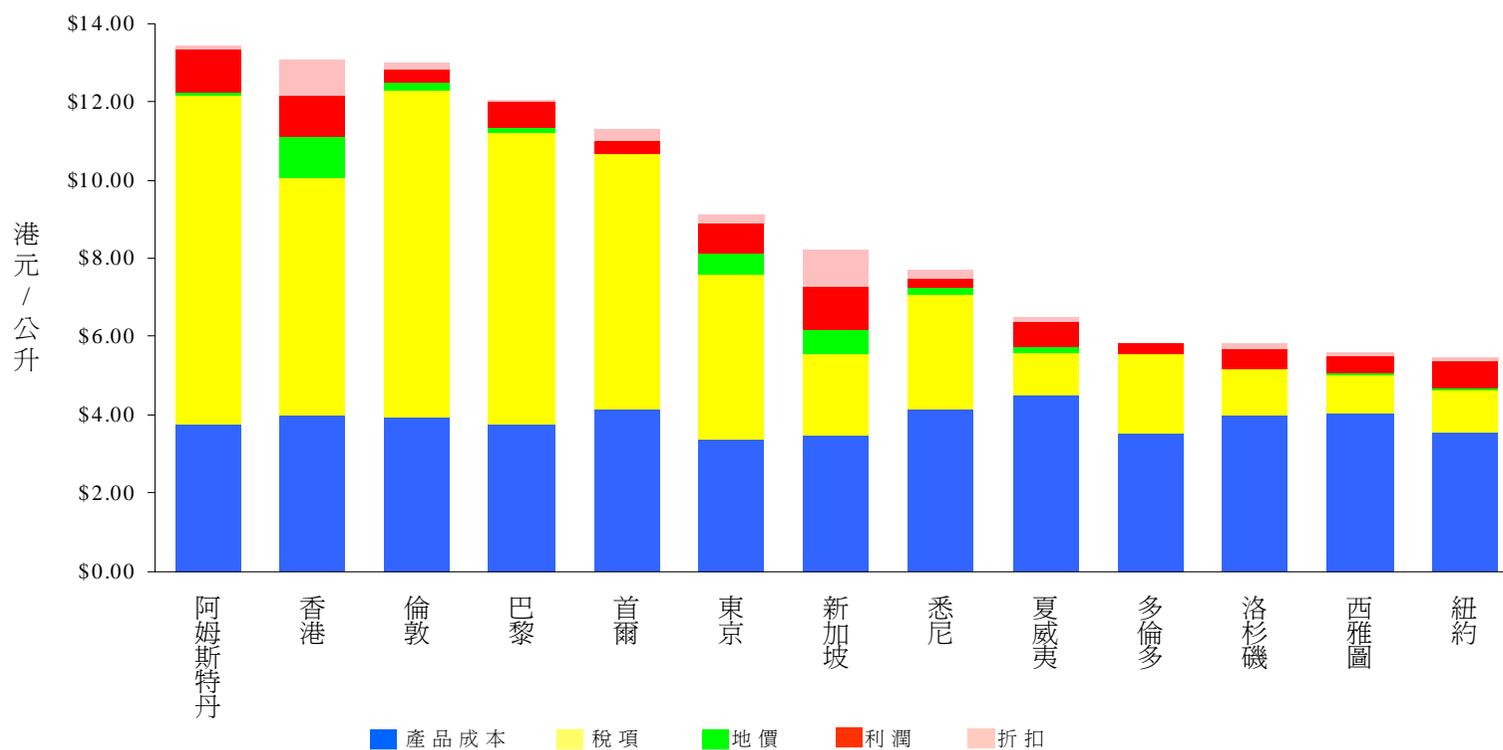
各國柴油利潤比較



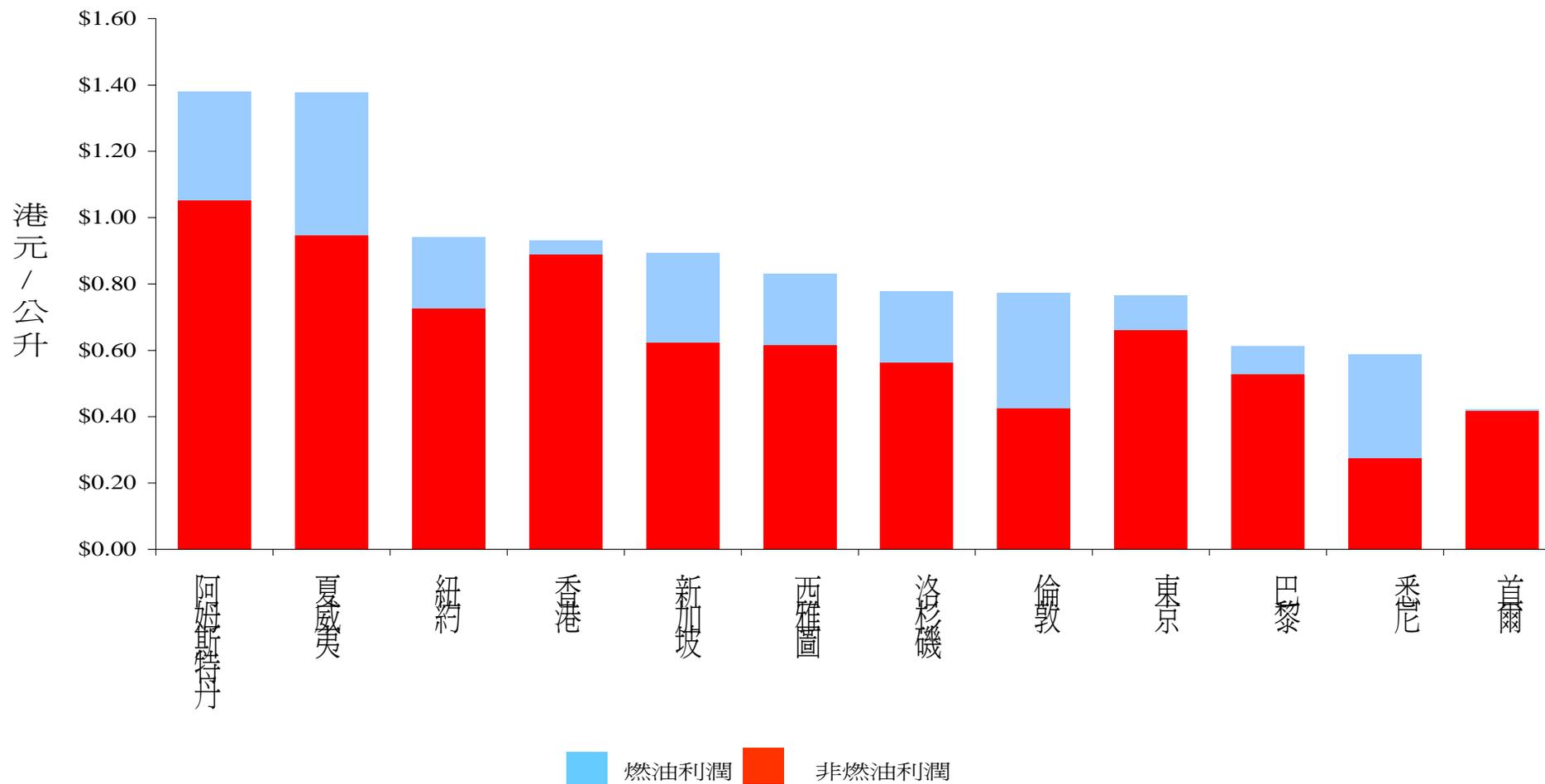
- 在缺乏其他市場的柴油折扣資料情況下進行比較：
 - 香港毛利高於那些有柴油折扣資料的市場 (東京和新加坡)
 - 亞洲地區以外的市場所提供的折扣非常低，因此香港的利潤比對其他市場應不會有那麼大的差別
 - 假設其他市場同樣提供折扣，香港的柴油毛利仍然較高，但不會偏離太遠

各國汽油利潤比較

- 資料只足以進行扣除地價(最大成本項目)後的毛利分析

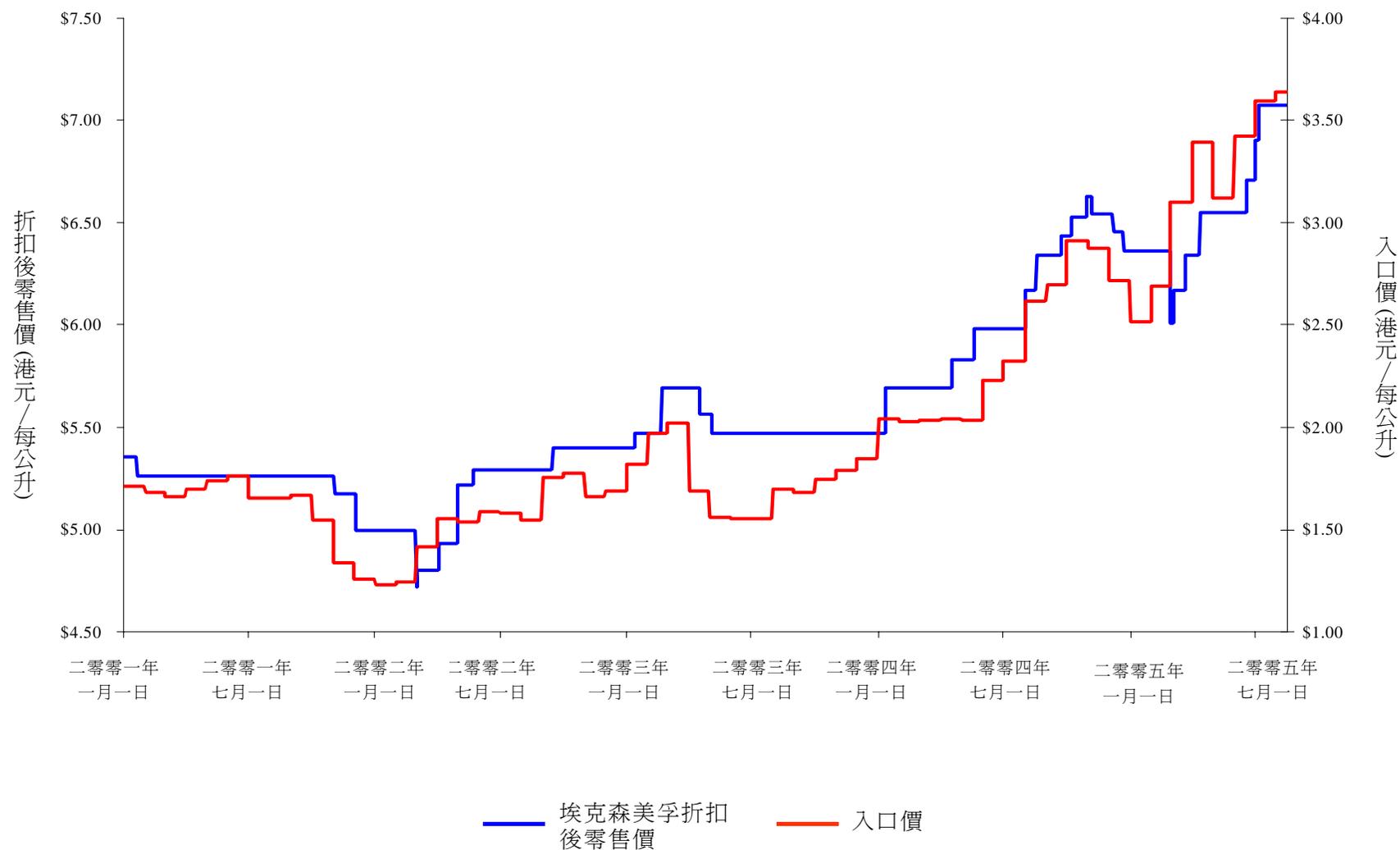


各國總利潤的比較



- 這項指引更可靠，因為反映了油站需從整體經營的收入中收回固定成本。

折扣後柴油零售價 (除稅後) 和入口價比較



關於利潤的結論

- 香港車用燃油零售市場的競爭正在加劇。
- 雖然如此，香港汽油的毛利和其他市場相比仍然較高。
- 柴油的情況較不清晰，但其毛利亦很可能較高。利潤分析顯示，香港柴油市場存在較劇烈的競爭。
- 由於香港的非燃油收入較低，因此總利潤的比較，反映出香港燃油市場的競爭表現，較單獨比較汽油或柴油的利潤為佳。
- 香港和美國市場的成本差距只是較高利潤的部份成因：在調整成本後，香港處於美國市場的中游範圍。
- 利潤較高值得關注，但未足以顯示合謀行爲的存在。

法律分析

- 由於協調價格的現象並不存在，所以嘗試在香港提出起訴可能連「表面證據」也不能成立：
 - 折扣十分普遍，令價格出現差異，油公司難以互相監察彼此的價格
- 即使出現協調價格現象，理性的解釋亦能反駁合謀行為的存在：
 - 價格變動反映產品成本
 - 價格波幅不大反映入口的特殊情況
 - 缺乏辛烷值產品系列反映市場規模和油站細小

如無合謀，香港市場存在甚麼競爭問題？

- 市場集中於三大供應商 – 蜆殼、埃克森美孚和雪佛龍，三間公司的總市場佔有率超過 90%。
- 三家較細的供應商規模不足：
 - 在零售層面，油站未能遍佈全港
 - 在供應的上游，欠缺入口規模
 - 造成“惡性”循環。

建議

1. 加強競爭

- 政府的油站招標制度，有助減少固有油公司長期佔用油站用地，使香港可逐步引進新經營者。
- 過去政策措施的全面效力尚待考證，但有 10 個油站將於未來數年重新招標。
- 改善程序的建議：
 - 由「一次過」招標改為類似香港出售3G頻譜的拍賣方式；
 - 簡化審批程序，令油站能盡快投入服務；
 - 放寬經營油站的限制，以增加非燃油收入。

建議

2. 保障競爭

- 雖然沒有合謀的證據，但仍存在合謀的風險，故有需要採取預防措施：
 - 可以制定通用的競爭法例或規管燃油業的法例：等待競爭政策檢討委員會的研究結果
- 若制定規管燃油業的法例，須考慮：
 - 反壟斷規例：可考慮分階段採用民事及刑事處分
 - 合併規例：仿倣電訊業
 - 燃油監管專員只在「有需要」時委出，並非常設職位