

公司及商业事务组客户资讯

竞争事务

2023年7月18日

香港竞争事务委员会对网上外卖平台服务协议中的独家合作调查

朱敏慧、彭诗灵

2021年9月，香港竞争事务委员会（“**竞委会**”）对香港两家最大的网上外卖平台（即 Foodpanda 和户户送）展开调查，竞委会怀疑平台与合作餐厅签订的服务协议可能会损害竞争。2023年6月1日，竞委会宣布这两家平台已经分别作出承诺，以消除竞委会的疑虑。

竞委会关注的反竞争问题包括：（i）Foodpanda 和户户送与其合作餐厅签订的服务协议中包含的独家合作条款，根据该条款，如果餐厅只与该平台合作，平台将按照更低的费率收取佣金；和（ii）这两家网上外卖平台对从独家合作转为非独家合作的餐厅施加的限制和/或处罚（以下统称为“**独家合作条款**”）。

竞委会指出，较低的佣金费率吸引合作餐厅与 Foodpanda 或户户送签订独家合作协议，而限制和/或处罚则对合作餐厅转换平台增加障碍，从而在实质上将合作餐厅“锁定”在 Foodpanda 或户户送中。尽管竞委会认为独家合作条款可能会对小型网上外卖平台产生反竞争影响，但它同时指出，Foodpanda 实施的该等条款不太可能对户户送构成反竞争效果，反之亦然¹。

Foodpanda 和户户送作出的承诺建议旨在消除竞委会对其独家合作条款的疑虑，符合竞委会的观点：Foodpanda 和户户送仍可与合作餐厅签订独家合作协议并提供更低的佣金费率，但根据平台所作出的其中一项承诺建议，与“低市场份额平台”（即市场份额低于 10% 的网上外卖平台）的合作将不受独家合作条款的约束。此外，如果 Foodpanda 或户户送的市场份额下降到 30% 以下，它们将不受其所作出的承诺约束。

大家可能会想：

- (i) 为什么将排除适用独家合作条款的“低市场份额平台”定为市场份额低于 10% 的平台？市场份额低于 10% 的网上外卖平台更有可能受到独家合作条款的损害，而市场份额超过 10% 的平台则不会，这一假设背后的理由是什么？
- (ii) 为什么有 30% 的市场份额这个“神奇的数字”？香港竞争法尚未有具体市场份额门槛的先例（即如果市场份额低于该门槛，实施独家合作条款并不一定会被认为会引起反竞争问题）。
- (iii) 10% 或 30% 的市场份额是根据网上外卖平台的订单总额计算得出。这是否是香港竞争法下界定相关市场以评估本案独家合作条款对消费者可能造成的损害的唯一方法？

上述问题需要在经济学的基础上进行分析。事实上，评估独家合作条款的竞争法风险需要仔细考量一系列经济因素，包括实施独家合作条款的一方的市场支配程度、其他竞争对手的市场地位、对小型供应商进入市场和扩张业务的阻碍程度、独家合作条款对消费者的实际或潜在影响等。本行的竞争法团队内有专业经济师，帮助客户进行经济分析，确保准确掌握法律要求、灵活经商。

本文是本行就香港竞争事务委员会正在关注的特定商业行为所发布的客户通讯的第二篇。本系列的第一篇文章讨论了操控转售价格的竞争法问题，您可点击[\[此处\]](#)查看。敬请关注本行后续的客户通讯。

¹同样的，竞委会认为 Foodpanda 或户户送所使用的独家合作条款对于在市场占有“重大”地位的其他网上外卖平台不太可能产生反竞争效果。

欲了解更多资讯吗？

朱敏慧
合伙人

machiuanna.chu@deacons.com
+852 2825 9630

彭诗灵
首席经济师

sharon.pang@deacons.com
+852 2825 9290

本文所载资讯只作一般指引而不应被依赖为或被视为可取代具体意见。的近律师行对于因依赖在此等资料内所载的任何资讯而可能引致的任何损失一概不承担任何责任。的近律师行并没有就任何该等资讯的准确性、有效性、时效性或完整性作出任何明示或暗示的陈述或保证。谨此全面保留有关本文内容的一切所有权利。

©Deacons 2023

www.deacons.com