



在线平台合并

中欧竞争政策周
2016年10月 海口

Jean-Christophe MAUGER

欧盟竞争总司E4处



专题讲演大纲

- 在线平台合并评估中的挑战
- 案例分析
 - Facebook/Whatsapp
- 关于营收门槛的探讨
- 其他话题：大数据和隐私

在线平台合并评估中的挑战(1)

■ 相关市场

- 近期/演变中的市场更加难以定义— 缺乏先前的经验。
- 难以定义某一市场的边界 – 社交网络是什么？
- SSNIP市场界定法测试有时无法操作：相较于价格，顾客可能更关注效果；全新的替代产品可能会迅速出现。
- 企业可能会压低定价(利用网络效应) - 模糊产品市场的范围。

在线平台合并评估中的挑战(2)

■ 市场份额

- 用以评估市场份额的数据可能十分稀缺 (例如, 免费的应用程序)。
- 此外, 市场不断变化, 过去的份额或许不代表竞争潜力。即便是垄断者也会受限于进入市场的新玩家的威胁。
- 需考虑潜在的竞争, 但潜在的竞争对手是谁?
- 创新份额?

在线平台合并评估中的挑战(3)

- 实质性评估

- 评估中网络效应的相关度。“先发”优势显著。
- 这些网络效应可使消费者获益，但也可能驱逐竞争对手（反馈回路）。
- 这些效应可因技术互操作性，或消费者转换成本问题而增强。
- 在瞬息万变的市场中做前瞻性评估极具挑战性！

案例分析：M.7217 Facebook / WhatsApp (1)

- 由于交易金额 (190亿美元)和目标公司营收(1千万欧元)之间差异，该合并案广受关注。
- 但是，单个用户收入的估值和同行业其他合并案相符。
- 欧盟委员会不是直接的主管机构。
- Whatsapp无营收：其服务是免费提供的，**不通过**广告获取收入。
- 以营收作为标准来决定数字行业合并案的管辖是否恰当？（有待讨论）

案例分析：M.7217 Facebook / WhatsApp(2)

■ 市场定义

- 通讯应用程序和移动通信运营商提供的传统通讯服务(如短信、电话)之间的可替代性评估。
- 这些服务应该更具互补性，而非可替代性。
- 社交网络服务和通讯服务在沟通体验的丰富性、沟通速度和受众群规模方面区别显著。
- 最终来看，市场定义并未统一。

案例分析：M.7217 Facebook / WhatsApp (3)

- 竞争评估：市场份额
 - 由于服务是免费的，基于销售额的市场份额不足以成为衡量Facebook和Whatsapp市场地位的有效标尺。
 - 尚无业内约定俗成的、综合的方式来衡量应用程序和社交网络服务的市场业绩。我们使用了用户人均渗透率，但这一做法也有不足。
 - 市场份额(短短数月或数周间)波动巨大。因此难以将其作为前瞻性评估的依据。

案例分析：M.7217 Facebook / WhatsApp (4)

- 实质性评估：网络效应？
 - 消费者通讯应用程序市场(受主要影响的市场)的网络效应评估。
 - 用户群巨大(WhatsApp有6亿用户、Facebook Messenger有2.5-3.5亿用户)。用户群规模对消费者很重要(决定用户成功连通他人的机率)。
 - 双方的通讯应用程序之间、与其竞争者的应用程序之间缺乏互操作性。
 - 就此我们是否有所担忧？

案例分析：M.7217 Facebook / WhatsApp (5)

- 实质性评估：无网络效应
 - 通讯应用程序市场是动态的、瞬息万变的。新的市场参与者会定期进入(如Telegram、Snapchat) 并迅速获得成功。
 - 消费者会同时使用多个应用程序，在不同应用程序间随时切换，因为它们之间各有差别、都免费、且易于安装和使用。
 - Facebook和WhatsApp都不控制任何移动操作系统、手机或网络的关键组成部分，因而不存在拒绝给消费者提供服务的风险。
 - 此案中不存在基于网络效应的竞争担忧。



数字经济领域中合并案营收门槛的探讨

- 2016年10月7日，欧盟委员会就欧盟合并法规改革发起民意征询。
- 此次征询还探讨数字经济(及其他行业)合并的相关门槛。
- 一些收购案的目标公司虽然可能尚未产生可观的营业收入，但他们的价值很高，并可能成为相关市场中重要的竞争力量。
- 即使此类被收购公司持有具商业价值的数据或拥有可观的市场潜力，其被收购案也很可能达不到现今基于营收的门槛。
- 已有人建议用基于其它标准(如交易价值)的额外要求来完善现行的欧盟合并法。
- 民意征询正在进行 – 后续会提供更多细节...

在线平台合并与大数据

- 在线平台可获取大量数据(大数据), 通过分析收集的数据, 可提供有针对性的广告服务。
- 在线平台合并中, 欧盟委员会评估对大数据的获取是否会带来竞争对手无法获得的优势。
- 这里的问题是要评估竞争对手是否能用其它方式获取其它大量有价值的数据。这一做法和针对其他行业(广告业)的评估相符。
- 此外, 额外的数据规模带来的利益增长速度一般是逐渐下降的(*Microsoft/Yahoo*)。

在线平台合并与隐私

- 隐私可以看作是一种竞争参数，合并实体有可能在合并后降低这一参数的重要性(例如要求更多个人信息做为提供服务的前提)。
- 然而，只有在用户非常注重隐私和安全时(用户并非总是如此)，这一点才会成为合并评估中的重要考虑。
- 欧盟委员会对在线平台合并的决定是以不违反数据保护规定为前提的。
- 有损数据保护的行为应通过数据保护规定处理(与欧洲法院观点一致)。



暂时结论

- 合并管控是困难的，因为其中涉及对未来市场变化的预期分析。而现在的市场瞬息万变、技术密集，创新和市场变化的速度不断加快，服务又通常是免费的，这使得合并管控更为棘手。
- 欧盟的合并管控能够有效应对数字行业合并带来的具体挑战，对 Facebook/WhatsApp 合并案的评估足以证明。
- 欧盟委员会期待能够有效、及时地审议这些案例。
- 在以前的案例中，大数据的积累或对隐私的重视降低并未引起欧盟委员会的担忧。但这些问题可能会在委员会未来审查的合并案中受到更多关注。

谢谢！