

以獨占事業的觀點論析Google垂直搜尋服務的違法性

Google Inc.在獲致搜尋引擎事業成功的同時，除遭受其他相關競爭事業的覬覦之外，亦引起各國競爭法主管機關對其事業經營行為是否違反競爭法規定的關注。Google Inc.在我國市場實際競爭狀況也違法了嗎？

■ 撰文 = 陳浩凱
(公平會服務業競爭處專員)

消費者在 Google 搜尋引擎服務輸入地址作為關鍵字時，搜尋結果第1頁的上方或右方，將顯示Google Maps的位置縮圖並可進一步連結到該服務的網站，對消費者而言似乎是相當便利的服務。「垂直搜尋」(Vertical Search)就是指將搜尋結果群聚後，以特製的格式顯示於專屬之頁面(例如新聞或影像)。Google Inc.認為前述「垂直搜尋」優先顯示其延伸服務項目內容，是與關鍵字的關連性及符合使用者需求的辨識結果，可以提升搜尋服務的品質，也是線上搜尋服務發展的趨勢。然而對國內電子地圖資訊服務的網站經營者而言，他們認為Google Inc.利用其在線上搜尋服務市場的優勢地位，操縱搜尋程式演算法及搜尋結果的排列，使輸入商號或機構名稱等關鍵字之後，於搜尋結果頁面最醒目的位置顯示Google Maps之縮圖，是以不公平競爭的手段，造成國內電子地圖資訊業者交易機會的損失與營業收入的減少。

Google Inc. 是否得以視為獨占事業

Google Inc.為我國「線上搜尋服務」市場最大業者，依照StatCounter所統計結果，民國102年使用Google進行線上搜尋所占比例達59.72%。

以關鍵字廣告營收所計算102年Google Inc.市場占有率亦達52.02%。另外102年度Google Inc.於國內銷售金額已達新臺幣20億元以上，所以Google Inc.的市場占有率及銷售金額均已符合公平交易法第8條規定獨占事業的認定標準。再加上搜尋引擎市場具有「大者恆大」的特性，其他市場參與者或潛在競爭者並不足以對Google Inc.施加足夠的競爭壓力，以制衡其市場力，所以Google Inc.符合公平交易法所稱的獨占事業。

獨占事業透過整合既有的資源，以更有效率的方式發揮競爭優勢，即使因此導致競爭對手處於劣勢甚至被迫退出市場，然而此汰弱留強的過程，是正常市場競爭機能的展現，因此競爭法的任務，在於保護競爭過程，而非代替市場決定競爭者的勝敗，以避免因過度介入事業的單方行為，而引發誤判、寒蟬效應，減損事業從事创新的誘因及消費者利益。所以，在競爭法的規範下，即使是獨占事業，也沒有協助競爭對手的一般義務，只有在2種例外情形下：(一)獨占事業拒絕將關鍵設施提供給競爭對手使用；或者是(二)獨占事業的拒絕交易行為是犧牲短期利潤，其目的是想換取排除競爭者後的獨占利潤，競爭法才會要求獨占事業積極地協助競爭對手。

垂直搜尋服務是否涉及獨占事業濫用市場地位的行為

儘管Google Inc.所提供的一般搜尋服務擁有相當高的市場占有率及使用率，而且基於學習效果(搜尋結果精確度及搜尋品質會隨著搜尋引擎使用者數目增加而提升)及雙邊市場(使用者越多的搜尋引擎可獲得更多廣告收益，所以有更多資源投入提升搜尋品質)，因此其市場地位有自我強化的效果。對於單獨經營地圖資訊服務的網站經營者而言，無法於短期內以經濟合理的方式，複製出規模及搜尋品質與Google一般搜尋服務相同的搜尋引擎。

然而，網頁瀏覽者除可透過搜尋引擎或入口網站(Portal Site)的搜尋功能取得目的網站的超連結(Hyperlink)，或可直接輸入目的網站的網址(URL)，另外常用的網站可利用網頁瀏覽器「書籤」(Bookmark)的功能儲存紀錄。對於地址資訊取得有高度需求的網頁瀏覽者，即可透過前述途徑獲得相關資訊，並不需侷限於搜尋引擎的搜尋結果，所以對於其他電子地圖資訊服務的網站經營者而言，Google Inc.所提供的一般搜尋服務，並非其提供地圖資訊服務給網路使用者唯一且必要的途徑。

根據國內電子地圖業者表示其獲利方式，皆是將地圖資訊提供給網站經營者(供其將地圖嵌入網頁中，類似出租地圖功能)並向其收取電子地圖資訊服務費，並未對一般使用者收取任何費用，所以即使如國內電子地圖業者所指稱，Google Inc.可以透過於一般搜尋服務結果第1頁展示Google Maps服務，攔截原本想要檢索國內電子地圖業者地圖網站的使用者，然而這種情

形並不影響國內電子地圖業者將地圖資訊提供給網站經營者及向其收取地圖資訊服務費的營運模式。Google Inc.雖控制一般搜尋服務的多數市場占有率，但無法阻擋或攔截選擇其他地圖資訊服務網站使用者，亦無法藉由前述策略阻礙其他地圖網站競爭者與付費客戶間交易關係及其營收來源。

Google雖然沒有將競爭對手的網頁連結，排列於其一般搜尋結果的首位或其他醒目位置，然而並無事證顯示Google前述行為是在犧牲短期利潤或不符合其自身的經濟理性。首先，Google在開始於一般搜尋結果首位或醒目位置顯示Google Maps服務前，並未曾於相同位置顯示過競爭對手的地圖網站，而且並無具體事證認為Google一般搜尋服務開始顯示Google Maps，而不顯示競爭對手地圖網站，是在終止一項原本對Google Inc.有利可圖的交易關係。其次，Google一般搜尋服務與付費搜尋的關鍵字廣告不同，一般搜尋是依照使用者所輸入的關鍵字與網站內容相關性決定其排序，並非如同付費服務是由廣告主出價高低決定排序，因此也無法認為Google Inc.沒有在一般搜尋結果的首位或醒目位置展示競爭對手的地圖網站，是犧牲其原本應獲得的收益。再者，倘若Google Inc.在無償的情況下，還將競爭對手的地圖網站放在比自己Google Maps相同或更為醒目的位置，才更是不符合經濟理性的行為，所以尚無事證顯示Google Inc.將Google Maps置放於搜尋結果第1位或醒目位置，而未將競爭對手的地圖網站置放於相同或更為醒目的位置，是犧牲短期利潤或不符合其經濟理性。Google Inc.的行為應屬合理正當的商業判斷，而非反競爭的拒絕交易行為。

當特定商業行為普遍為競爭者所採用時，通常該經營行為是有利於客戶。雖然Google Inc.將Google Maps縮圖置於搜尋結果第1頁的上方或右方醒目位置，如果前述呈現方式是不利於使用者進行搜尋活動，或降低Google的搜尋品質，則其他競爭對手如Yahoo!奇摩，只要選擇不在搜尋結果醒目位置展示自己的地圖，即可凸顯與Google一般搜尋服務的差異性，並進而接收從Google一般搜尋服務出走的使用者。然而，Yahoo!奇摩選擇與Google一般搜尋服務相同的搜尋結果呈現方式，顯示該功能確實有益於使用經驗的提升，因此競爭者也推出類似的功能。

結語

Google Inc.於搜尋服務醒目位置顯示自身的地圖服務，是為了便利使用者快速檢索地圖資訊，以提升使用經驗。如果加以禁止，將剝奪消費者便利性，反而不利於消費者利益，更重要的是可能對網站業者持續研發或創新的行為產生嚇阻效果，淪為保護競爭者，而非保護競爭及消費者利益。

因此Google Inc.藉由整合一般搜尋服務及Google Maps地圖服務，提供使用者更為便利快速搜尋結果的行為，依現有事證，難以認定違反公平交易法規定。

