

# 英國「數位市場、競爭及消費者法」草案簡介

英國提出「數位市場、競爭及消費者法」草案，期該法案如通過後可更確保事業自由競爭、刺激經濟復甦，並賦予競爭法主管機關有更多打擊數位市場內不公平競爭行為的權限。

■ 撰文 = 鄒嘉銘  
(公平會綜合規劃處專員)

## 前言

2023年6月英國商業及貿易部(Department for Business and Trade)提出「數位市場、競爭及消費者法」(Digital Markets, Competition and Consumers Bill, DMCC)草案，目前刻正於英國國會審議中。該草案旨在對英國的競爭及消費者權益規範上進行調整，並促進數位市場競爭及創新，草案架構則係參考澳洲與歐盟相關制度規範，期望能藉競爭法主管機關出手干預及管制，進而調解各大型網路平臺與小型媒體、消費者間之議價能力失衡及資訊不對稱等問題。草案如通過，英國競爭與市場管理局(Competition and Markets Authority, CMA)及其轄下數位市場部門(Digital Markets Unit, DMU)將有權對數位市場進行監管，以強化消費者權益的保護等作為。

## DMCC草案三大重點

### 一、加強消費者保護

(一)確保消費者在網路購物上免受詐騙，並可與事業進行公平合理交易，提升消費者原先交易弱勢地位至與各大事業之平等地位，CMA可對數位市場中不公平競爭行為，如虛假評論<sup>1</sup>及訂閱陷阱<sup>2</sup>依法裁罰。

(二)若違法事業對CMA提供虛假、不完整或誤導之資訊，依現行法規對該違法事業亦無對應處罰機制。故為保護消費者免受不公平競爭行為侵害，日後CMA將免經司法訴訟程序，即可直接判定涉案事業是否違反消費者保護法，並進行後續競爭相關調查及裁罰流程，罰鍰金額部分最高可達該事業全球營業額10%，實具威嚇作用。

### 二、調查數位市場

#### (一)由CMA及所屬DMU為執法主力

為建立專為數位經濟時代量身打造之規範制度，該草案將由CMA轄下所屬之DMU對數位市場進行監督及執法，此新制度將使在英國的數位事業均須為其行為負起應有之法律責任，並使新創事業可與其他事業在數位市場上進行公平競爭。

#### (二)DMU可逕判是否具策略市場地位

DMU可依事業的商業模式及在全球或英國的營業總額與市場影響力等面向，逕予判定該事業是否具策略市場地位(Strategic Market Status, SMS)，同時DMU每5年可對上開符合SMS之事業進

<sup>1</sup>「虛假評論(Fake Reviews)」係指不良事業為謀得自身商業利益，在網路上刻意操縱評論或輿論，以撰寫虛假好評，來促進自身商品銷售，或營造自身商品已得大眾普遍認同之假象；另事業亦能撰寫虛假惡評，以詆毀競爭對手之商品或商譽。

<sup>2</sup>「訂閱陷阱(Subscription Traps)」係指消費者於購買或訂閱app時，該app先表明可免費試用，而後再由消費者決定是否訂閱或購買，惟實際上消費者一點選同意試用後，即等同開始實際訂閱服務，在免費試用期過後，該app就會開始定期收取高額訂閱費用，未予消費者選擇權利。

行審查，並設定相關行為規範準則，以避免該等事業利用不當策略或市場活動來影響英國市場之自由競爭，或利用其規模及市場優勢地位，來限制數位市場中之創新或形成參進障礙，使新創事業難以參進數位市場。

### 三、強化競爭法執法

#### (一)管轄範圍擴大

DMCC草案將同步調整英國競爭法（Competition Act 1998）原先規範範圍，自「地域管轄」擴大至「對英國貿易有產生直接、實質與可預見影響的境內、外行為」，並強化CMA在調查反競爭行為之權限，使CMA可更快速進行市場競爭調查，從而迅速識別及裁罰事業之反競爭行為。另為能達到上開調查成果，該草案並賦予CMA有扣押文件與證據及有權約談案件中任何關係人等新執法方式，將使CMA能持續保護自由市場。

#### (二)可為司法救濟

該草案規定CMA各類行政處分或決定得為司法機關審查之標的，即受處分事業都得上訴，可向法院尋求救濟，避免CMA有執法過度或權力濫用。

#### (三)執法專業透明化

依DMCC草案，CMA亦有強化執法公正及透明之義務，除內部的工作小組，CMA也須請產業界、學術界和其他主管機關的數位專家(Digital Experts)提供專業建議，包括科技事業的策略決策方向和數位系統架構。在加強行政透明度部分則有公開工作報告、年度計畫和報告、發布CMA相關權力行使處理原則及CMA是否有與外部利害關係人進程序外接觸、或公布個案和調查報告等予公眾知悉。

### 結語

有鑑於數位經濟蓬勃發展，如何規範數位市場上之競爭秩序及維護消費者權益，對於各國競爭法主管機關已屬刻不容緩之任務。繼2022年歐盟制定「數位服務法(Digital Services Act, DSA<sup>3</sup>)」及「數位市場法(Digital Markets Act, DMA<sup>4</sup>)」後，英國為確保其在數位經濟市場上能具有同等級之規範，並展現在維護數位市場之競爭與保護消費者權益之重視，亦促成DMCC草案誕生。該草案所規範內容有助強化數位市場競爭及吸引各新進事業參進市場，並促進英國經濟成長。



<sup>3</sup> 數位服務法(Digital Services Act, DSA)主要規範各平臺事業對於有害兒少言論、不實資訊、仇恨言論、強迫推銷等網路行銷內容應負起責任；對於違法事業，歐盟處罰方式如可暫停該平臺在歐盟境內運作，及高達事業年度全球營業額6%的罰鍰金額等。

<sup>4</sup> 數位市場法(Digital Markets Act, DMA)之立法目的，則係為防止科技巨擘濫用數位市場之優勢力量，同時讓新的市場參與者可無障礙地進入市場，以確保歐洲數位市場秩序。DMA為指定的守門人事業均設立須遵守之規定，以維護數位市場競爭秩序，若守門人事業不遵守規定，則將面臨高達其全球營業額10%的罰鍰處分。