**问题：欧盟DMA法案对苹果公司有什么影响？**

回答：

**【核心观点】**

**1. 应用分发改革：**

苹果被迫开放替代应用市场，允许在欧盟创建第三方应用商店

削弱苹果对应用生态系统的控制力，但也带来新的安全挑战

**2. 支付系统开放：**

允许开发者使用替代支付服务提供商或链接至外部购买选项

导致苹果失去部分应用内购买佣金收入

**3. 用户选择增加：**

引入浏览器选择界面，允许用户自由选择默认浏览器

提供更多默认应用设置选项，减少苹果自家应用的优势地位

**4. 互操作性要求：**

苹果需要为第三方开发者提供更多硬件和软件功能的访问权限

可能影响苹果生态系统的封闭性和独特性

**5. 数据透明度提升：**

扩展开发者可获得的应用分析数据

增强用户数据可携带性，可能影响苹果对用户数据的掌控

**6. 合规成本增加：**

设立DMA合规职能部门，增加运营成本

面临欧盟委员会的持续调查和潜在罚款风险

**7. 收入模式调整：**

引入新的核心技术费用（0.50欧元/安装），但面临欧盟审查

需要重新设计App Store的收入结构

**8. 品牌形象挑战：**

苹果需要在遵守法规和维护其高质量、安全用户体验之间寻求平衡

影响苹果在用户中的品牌认知和信任度

**【主要调研】**

1. 为了回顾DMA法案，我在欧盟官网（<https://european-union.europa.eu/index_en>）找到原文全文。得知DMA法案背景和核心内容为：

（1）DMA（数字市场法案）是欧盟为规范大型科技公司行为而制定的法规。

（2）核心目标是确保数字市场的公平竞争和创新。

（3）主要针对看门人（Gatekeeper）企业，如苹果、谷歌等大型平台公司。

（4）关键规定包括：禁止自我偏好、要求互操作性、确保用户选择自由等。

1. 为了便于阅读，在赛博研究院（https://www.secrss.com/articles/47936）阅读DMA法案的中文译文。得知DMA法案对科技行业的影响主要内容为：

（1）迫使大型科技公司改变其商业模式和运营策略。

（2）可能导致应用商店、搜索引擎、消息服务等领域竞争格局的重大变化。

（3）为中小型企业和新兴公司创造更公平的竞争环境。

（4）可能影响用户体验，包括更多选择但也可能带来安全风险。

1. 为了确定DMA法案对苹果公司的直接影响，我们可以查看苹果公司官网发布的两则相关公告：

（1）公告一：“Apple 宣布对欧盟地区的 iOS、Safari 和 App Store 进行更改”，发布日期为 2024 年 3 月 4 日。公告要点如下：

对开发者：提供 App 发布和支付处理的新选项。

对用户：引入新的控制选项和透明度，以及增强保护措施，以降低 DMA 带来的隐私和安全风险。

（2）公告二：“App Store、Spotify 与欧洲蓬勃发展的数字音乐市场”，发布日期为 2024 年 1 月 25 日。公告主要内容是：

欧盟委员会宣布一项决定，认为 App Store 对数字音乐市场竞争构成阻碍。

尽管没有发现消费者受损的可靠证据，但委员会仍作出决定，忽略了市场的活跃竞争和快速增长现状。

主要倡导者和受益者是 Spotify，一家总部位于瑞典斯德哥尔摩的公司。

Spotify 拥有全球最大的音乐流媒体应用，在调查期间与欧盟委员会举行了超过 65 次会议。Spotify 在欧洲音乐流媒体市场占有 56% 的市场份额，是其最接近竞争对手的两倍多。Spotify 成功很大程度上得益于 App Store，以及苹果提供的所有工具和技术，用于建立、更新和分享其应用。

4. 苹果公司官网还有一则legal板块的消息，标题是“DMA”，内容是说明2024 年 1 月 25 日Apple 宣布对 iOS、Safari 和 App Store 进行更改以符合 DMA。文字中可以点进去获得一个pdf文本，名为“Apple’s Non-Confidential Summary of DMA Compliance Report”，内容主要是：

（1）替代分发方式：苹果允许开发者在欧盟创建替代应用市场应用。开发了新的框架和API来支持替代市场的运作。替代分发可能带来安全和隐私风险,某些功能可能无法正常工作。

（2）iOS应用公证：所有iOS应用都需要经过公证审核,以确保安全性。公证过程包括自动检查和人工审核。

（3）浏览器选择：在欧盟引入浏览器选择界面,允许用户选择默认浏览器。允许开发者使用替代浏览器引擎。

（4）默认应用控制：为欧盟用户提供新的默认应用设置选项,包括应用市场、支付应用等。

（5）互操作性：设立了开发者请求额外互操作性的新流程。

（6）替代支付选项：允许开发者在欧盟App Store使用替代支付服务提供商或链接外部购买。

（7）开发者分析：扩展了开发者可获得的应用分析数据。

（8）用户数据可携带性：增强了用户导出App Store个人数据的能力。

（9）数据使用保护：采取措施最小化数据使用,增强对开发者数据的保护。

（10）调解和合规：为欧盟开发者提供调解程序。设立了DMA合规职能部门。

5. 在欧盟官网上，在Press Corner栏找到两则消息，一则是“委员会根据《数字市场法》对 Alphabet、Apple 和 Meta 展开不合规调查”（2024 年 3 月 25 日）。另一则是“委员会向苹果公司发送初步调查结果，并根据《数字市场法》对苹果公司展开额外的不合规调查”（2024 年 6 月 24 日）。主要内容是

（1）核心技术费用：苹果对通过其平台安装的第三方应用商店和应用设定了0.50欧元的费用。这项费用是苹果新业务条款的一部分，委员会将评估这一费用结构是否合理且符合《数字市场法》（DMA）的要求。

（2）替代应用安装流程：用户在iPhone上下载和安装非App Store来源的应用需要经过一系列步骤。委员会将调查这一多步骤流程是否真正开放，以及苹果提供的各种信息屏幕是否透明，符合DMA的规定。

（3）开发者资格要求：苹果对提供替代应用商店或通过iPhone网络直接分发应用的开发者设定了资格要求。委员会将审查这些要求（如在Apple开发者计划中保持“良好信誉”的会员资格），以确定它们是否与DMA相符，以及开发者是否能够在满足这些要求的前提下，从替代分发渠道中获益。

（4）App Store指导和Safari选择屏幕规则：苹果在App Store中的指导原则和Safari浏览器的选择屏幕规则也将受到审查，以确保它们不构成对竞争的限制，且符合DMA的相关规定。

1. 在苹果官网（developer.apple.com）上看到消息，名为“在欧盟分发的应用程序的更新”。消息概述了苹果为遵守《数字市场法案》（DMA）而对 iOS、Safari 和 App Store 进行的更改，其主要内容是：

（1）合规性更改：苹果正在调整 iOS、Safari 和 App Store，为在欧盟的开发者提供更多选项，包括应用分发、支付处理、浏览器引擎使用、硬件和软件功能的互操作性请求、数据和分析访问，以及 App Store 用户数据传输。这些更新也将适用于 iPadOS。

（2）地域限制：更改仅适用于向欧盟用户提供的应用，开发者若只在欧盟市场分发应用则需遵守新规则。

（3）开发者选择：现有开发者若不希望改变现行的 App Store 运作方式，无需采取行动，可以继续使用 App Store 的内购系统。

（4）用户体验：iOS、Safari 和 App Store 作为苹果设计的集成系统，旨在保护用户安全、隐私，并提供简洁直观的体验。苹果通过 App Review 和 AppleCare 支持等措施，快速解决应用相关问题，赢得用户信任。

（5）风险提示：DMA 要求的系统更改可能带来新的风险，包括恶意软件、欺诈、非法内容和隐私安全威胁。这可能削弱苹果检测和应对 iOS 恶意应用的能力，影响对使用非 App Store 下载应用的用户的支持。

（6）保护措施：为降低风险，苹果推出了包括 iOS 应用公证、市场开发者授权和替代支付披露在内的保护措施，以确保为欧盟用户提供最佳和最安全的体验。尽管如此，依然存在一定风险。

1. 为了回顾DMA法案，我在欧盟官网（<https://european-union.europa.eu/index_en>）找到原文全文。
2. 为了便于阅读，在赛博研究院（https://www.secrss.com/articles/47936）阅读DMA法案的中文译文。
3. 为了确定《数字市场法》（DMA）对苹果公司的直接影响，我们可以查看苹果公司官网发布的两则相关公告：

（1）公告一：“Apple 宣布对欧盟地区的 iOS、Safari 和 App Store 进行更改”，发布日期为 2024 年 3 月 4 日。公告要点如下：

对开发者：提供 App 发布和支付处理的新选项。

对用户：引入新的控制选项和透明度，以及增强保护措施，以降低 DMA 带来的隐私和安全风险。

（2）公告二：“App Store、Spotify 与欧洲蓬勃发展的数字音乐市场”，发布日期为 2024 年 1 月 25 日。公告主要内容是：

欧盟委员会宣布一项决定，认为 App Store 对数字音乐市场竞争构成阻碍。

尽管没有发现消费者受损的可靠证据，但委员会仍作出决定，忽略了市场的活跃竞争和快速增长现状。

主要倡导者和受益者是 Spotify，一家总部位于瑞典斯德哥尔摩的公司。

Spotify 拥有全球最大的音乐流媒体应用，在调查期间与欧盟委员会举行了超过 65 次会议。Spotify 在欧洲音乐流媒体市场占有 56% 的市场份额，是其最接近竞争对手的两倍多。Spotify 成功很大程度上得益于 App Store，以及苹果提供的所有工具和技术，用于建立、更新和分享其应用。

4. 苹果公司官网还有一则legal板块的消息，标题是“DMA”，内容是说明2024 年 1 月 25 日Apple 宣布对 iOS、Safari 和 App Store 进行更改以符合 DMA。文字中可以点进去获得一个pdf文本，名为“Apple’s Non-Confidential Summary of DMA Compliance Report”，内容主要是：

（1）替代分发方式：苹果允许开发者在欧盟创建替代应用市场应用。开发了新的框架和API来支持替代市场的运作。替代分发可能带来安全和隐私风险,某些功能可能无法正常工作。

（2）iOS应用公证：所有iOS应用都需要经过公证审核,以确保安全性。公证过程包括自动检查和人工审核。

（3）浏览器选择：在欧盟引入浏览器选择界面,允许用户选择默认浏览器。允许开发者使用替代浏览器引擎。

（4）默认应用控制：为欧盟用户提供新的默认应用设置选项,包括应用市场、支付应用等。

（5）互操作性：设立了开发者请求额外互操作性的新流程。

（6）替代支付选项：允许开发者在欧盟App Store使用替代支付服务提供商或链接外部购买。

（7）开发者分析：扩展了开发者可获得的应用分析数据。

（8）用户数据可携带性：增强了用户导出App Store个人数据的能力。

（9）数据使用保护：采取措施最小化数据使用,增强对开发者数据的保护。

（10）调解和合规：为欧盟开发者提供调解程序。设立了DMA合规职能部门。

1. 在欧盟官网上，还可以在Press Corner栏找到两则消息，一则是“委员会根据《数字市场法》对 Alphabet、Apple 和 Meta 展开不合规调查”（2024 年 3 月 25 日）。另一则是“委员会向苹果公司发送初步调查结果，并根据《数字市场法》对苹果公司展开额外的不合规调查”（2024 年 6 月 24 日）。主要内容是

（1）核心技术费用：苹果对通过其平台安装的第三方应用商店和应用设定了0.50欧元的费用。这项费用是苹果新业务条款的一部分，委员会将评估这一费用结构是否合理且符合《数字市场法》（DMA）的要求。

（2）替代应用安装流程：用户在iPhone上下载和安装非App Store来源的应用需要经过一系列步骤。委员会将调查这一多步骤流程是否真正开放，以及苹果提供的各种信息屏幕是否透明，符合DMA的规定。

（3）开发者资格要求：苹果对提供替代应用商店或通过iPhone网络直接分发应用的开发者设定了资格要求。委员会将审查这些要求（如在Apple开发者计划中保持“良好信誉”的会员资格），以确定它们是否与DMA相符，以及开发者是否能够在满足这些要求的前提下，从替代分发渠道中获益。

（4）App Store指导和Safari选择屏幕规则：苹果在App Store中的指导原则和Safari浏览器的选择屏幕规则也将受到审查，以确保它们不构成对竞争的限制，且符合DMA的相关规定。

1. 在苹果官网（developer.apple.com）上看到消息，名为“在欧盟分发的应用程序的更新”。消息概述了苹果为遵守《数字市场法案》（DMA）而对 iOS、Safari 和 App Store 进行的更改，其主要内容是：

（1）合规性更改：苹果正在调整 iOS、Safari 和 App Store，为在欧盟的开发者提供更多选项，包括应用分发、支付处理、浏览器引擎使用、硬件和软件功能的互操作性请求、数据和分析访问，以及 App Store 用户数据传输。这些更新也将适用于 iPadOS。

（2）地域限制：更改仅适用于向欧盟用户提供的应用，开发者若只在欧盟市场分发应用则需遵守新规则。

（3）开发者选择：现有开发者若不希望改变现行的 App Store 运作方式，无需采取行动，可以继续使用 App Store 的内购系统。

（4）用户体验：iOS、Safari 和 App Store 作为苹果设计的集成系统，旨在保护用户安全、隐私，并提供简洁直观的体验。苹果通过 App Review 和 AppleCare 支持等措施，快速解决应用相关问题，赢得用户信任。

（5）风险提示：DMA 要求的系统更改可能带来新的风险，包括恶意软件、欺诈、非法内容和隐私安全威胁。这可能削弱苹果检测和应对 iOS 恶意应用的能力，影响对使用非 App Store 下载应用的用户的支持。

（6）保护措施：为降低风险，苹果推出了包括 iOS 应用公证、市场开发者授权和替代支付披露在内的保护措施，以确保为欧盟用户提供最佳和最安全的体验。尽管如此，依然存在一定风险。

Apple 正在对 iOS、Safari 和 App Store 进行更改，这些更改将影响开发者在欧盟 (EU) 的应用，以遵守《数字市场法案》(DMA)。它们为开发者提供了更多选项，包括如何在 iOS 上分发应用、处理付款、在 iOS 应用中使用网络浏览器引擎、请求与硬件和软件功能的互操作性、访问有关其应用的数据和分析以及传输 App Store 用户数据。这些更改也将于今年秋季晚些时候在 iPadOS 上推出。

这些变化适用于在 27 个欧盟成员国中分发应用的开发者，并且仅适用于向欧盟用户提供和分发的应用。对于不希望改变 App Store 目前和世界其他地方运作方式的现有开发者，无需采取任何行动，他们可以继续仅在 App Store 上分发应用，并使用其私密且安全的应用内购买系统。

iOS、Safari 和 App Store 是 Apple 设计的集成式端到端系统的一部分，旨在帮助保护用户的安全、保障和隐私，并提供简单直观的用户体验。我们努力通过 App Review、AppleCare 客户支持等方式迅速解决与应用、购买或网页浏览相关的问题，从而赢得用户的信任。

DMA 要求对该系统进行更改，这会给用户和开发者带来更大的风险。这包括恶意软件、欺诈和诈骗、非法和有害内容以及其他隐私和安全威胁的新途径。这些变化还会损害 Apple 检测、预防和应对 iOS 上的恶意应用的能力，以及支持受 App Store 之外下载的应用问题影响的用户的能力。

因此，苹果推出了保护措施，包括 iOS 应用公证、市场开发者授权以及替代支付披露，以降低风险并为欧盟用户提供尽可能最佳、最安全的体验。即使采取了这些保障措施，仍存在许多风险。

欧盟DMA法案对苹果公司有什么影响？

1. App Store 政策变更：

- 第三方支付渠道：DMA要求苹果允许应用开发者通过非App Store支付渠道向用户提供服务，而无需支付苹果佣金【8†source】【10†source】。

- 侧加载应用：苹果需要允许用户从App Store之外安装应用，这可能会削弱其对iOS生态系统的控制，并影响其应用分发模式【7†source】。

2. 市场地位调整：

- "看门人"角色：苹果被认定为数字市场的“看门人”，必须遵守更严格的竞争规则。这包括限制利用其市场优势排除竞争对手【9†source】【10†source】。

3. 罚款风险：

- 潜在巨额罚款：由于未能完全符合DMA的要求，苹果可能面临高达其全球平均日营业额5%的罚款【8†source】【10†source】。预计罚款金额可能超过10亿美元。

4. 操作系统与浏览器变更：

- 浏览器限制放宽：苹果需允许其他浏览器内核在iOS上运行，改变目前Safari垄断的局面【9†source】。

- 操作系统接口开放：需要开放更多系统接口给第三方开发者，增强应用的兼容性和互操作性【10†source】。

### 数据与资料来源

- [9to5Mac: "EU set to fine Apple for failing to comply with the DMA"](https://9to5mac.com/2024/06/14/eu-to-fine-apple-dma/)

- [MacRumors: "Apple Faces Challenges with DMA Compliance"](https://www.macrumors.com/2024/07/02/apple-dma-compliance/)

- [Euronews: "Apple breaches DMA with App Store rules"](https://www.euronews.com/2024/06/24/apple-breaches-dma-with-app-store-rules)

- [Apple: "European Digital Markets Act (DMA)"](https://www.apple.com/legal/dma/)

这些规定的落实将迫使苹果重新审视其商业模式，特别是在欧洲市场，这可能影响其全球运营方式。

### 欧盟DMA法案对腾讯公司的影响

#### 主要影响

1. 数据共享和透明度：

- 数据可移植性：腾讯必须允许用户将个人数据从其平台转移到其他平台，这对其产品如微信和QQ等社交媒体应用产生影响【18†source】【19†source】。这将增强用户的数据控制权，但也可能增加腾讯在数据管理和合规方面的负担。

- 透明度要求：腾讯需要提供对用户数据处理的清晰描述，包括数据收集、使用、以及用户画像技术。这意味着腾讯必须公开其数据处理策略，这可能导致对其广告和用户数据的利用产生更大的监管压力【18†source】。

2. 广告业务：

- 公平竞争：DMA要求在广告中公平对待竞争对手，这对腾讯在广告领域的优势地位构成挑战。它们必须为广告客户提供独立的工具来验证广告效果，这减少了腾讯在广告数据和分析上的独占地位【19†source】。

- 广告透明度：腾讯需要对广告客户和发布者提供清晰透明的定价信息，以及广告绩效的独立测量工具【18†source】【19†source】。这些要求可能使腾讯需要调整其广告策略，并增加在广告业务上的合规成本。

3. 用户隐私保护：

- 用户数据处理：腾讯必须获得用户明确的同意才能处理其个人数据，特别是在广告投放方面【18†source】【19†source】。这可能影响腾讯的广告精准投放能力，同时也需要他们对现有的用户数据管理系统进行调整以确保合规。

#### 实施挑战

- 合规成本：由于DMA的严格规定，腾讯可能面临额外的合规成本，包括技术调整、员工培训以及持续的合规管理【19†source】。

- 竞争压力：DMA旨在通过限制大型科技公司在市场中的主导地位来促进竞争，这可能导致腾讯在欧洲市场面临来自中小企业的更多竞争【17†source】【18†source】。

#### 资料来源

- [CSIS关于DMA的报告](https://www.csis.org/analysis/european-unions-digital-markets-act-primer)【17†source】

- [Usercentrics对DMA的分析](https://www.usercentrics.com/resources/digital-markets-act-dma-law-new-era-online-privacy/)【18†source】

- [Cookiebot对DMA的解释](https://www.cookiebot.com/en/digital-markets-act/)【19†source】