

香港文匯報訊(記者 曾偉龍)消費陷阱五花八門,一般香港市民難耐「疲勞轟炸」式的推銷,遑論精神病患者更難招架。工聯會接獲一名精神分裂症患者的求助,指一家健身中心以近乎「禁錮」的手法推銷會籍,終令他簽帳逾6萬元。事發後,事主家屬與中心幾經交涉,中心始願退回不足70%的款項。家屬批評健身中心:「同搶錢無分別!」工聯會立法會議員潘佩璆表示,精神病患者誤墮消費陷阱情況普遍,他正處理另1宗涉及金額高達10萬元的投訴,亦涉及本個案的健身中心。他建議,港府在《商品說明條例》下為精神病患者或殘疾人士提供更寬鬆的免責規定。



潘佩璆建議政府為精神病患者或殘疾人士特別修訂《商品說明條例》的規管範圍。  
香港文匯報記者曾偉龍攝

現年50多歲的李先生,患有精神分裂症20多年。李先生去年10月收到傳銷電話被游說到旺角一間健身中心,甫進內即遭數名職員「圍攻」推銷,指他身體虛弱,須參加課程健身,李先生推搪要與妻子商量被拒。病情影響下,李先生的溝通能力較低,未懂拒絕,3小時內以信用卡簽了共值逾4萬元的帳單,包括健身中心為期3年的白金會籍和2個私人教練訓練課程。同月,他被游說再到健身中心兩次,分別簽了價值1.95萬元和8,000元的私人教練訓練課程。連同之前的簽帳,涉及100堂健身課程,總金額超過6萬元。

### 向消委會投訴獲退款70%

1個月後,李太太發覺信用卡月結單紀錄有異,始揭發事件。李先生的姐姐昨日出席記者會時指出,胞弟平日不熱愛運動,不需要健身服務。家人事後到警署備案,並攜同李先生的患病證明,到健身中心交涉,但中心只願退回約一半的款項,並要扣除李先生已參與的課程學費。於是家人要求中心提供李先生的上課紀錄,但對方卻堅拒提供,中心負責人並稱「我們也有不少類似的個案,消委會和小額錢債審裁處都愛莫能助」。

其後,李先生家屬向消委會投訴及諮詢法律意見後,向健身中心發出律師信,並根據私隱條例,要求中心交出上課紀錄,健身中心始願退回不足70%的款項,並交出粗略的上課紀錄。但家屬發現,中心提供的上課紀錄和李先生的傷殘人士八達通顯示的紀錄有出入。八達通紀錄顯示,李先生該1個月內只出席3節健身課程,但健身中心卻聲稱李先生上課10多節。

### 正處理另一個案涉款10萬

工聯會立法會議員潘佩璆表示,精神病患者失去交際能力,理解能力亦受影響,健身中心欺騙弱勢社群,做法不良。他現正處理另1宗關於同一健身中心,並涉及精神病人的投訴,涉及金額逾10萬元。他建議,政府應為精神病患者或殘疾人士特別訂制《商品說明條例》的規管範圍,令這類消費者享有特別的免責待遇,包括合約「冷靜期」由一般人的7天延長至1個月;而規管範圍亦應由預繳消費6個月以上,縮短至3個月以上。

# 精神患者遭誘騙 購巨額健身會籍

## 殘疾人易墮消費陷阱 潘佩璆倡修例予保護



李小姐指其患有精神分裂症的弟弟在健身中心職員施壓下,分別購買共值逾6萬元預繳式健身課程和健身會籍。  
香港文匯報記者曾偉龍攝

### 工聯會就《商品說明條例》的建議

建議對象: 精神病患者或殘疾人士  
合約冷靜期: 由一般人的7天,延長至1個月  
受規管的預繳服務: 一般人預繳6個月以上的服務受規管,精神病患者或殘疾人士預繳3個月以上的服務受規管

資料來源: 工聯會 製表: 香港文匯報記者 曾偉龍

### 事主屢中招 疑有「水魚」電話名單



有健身中心被指推銷會籍手法不良。  
資料圖片

香港文匯報訊(記者 曾偉龍)被健身中心「圍攻」購買逾6萬元課程和會籍的精神病患者李先生,原來早有誤墮消費陷阱的「前科」。近2年,李先生不斷接獲傳銷電話,曾光顧過面部美容、脊醫檢查,甚至脫痣等不必要的預繳式服務,每宗涉及金額數千元至1萬元不等,李先生的姐姐質疑營商之間有「水魚」電話名單,令胞弟屢次「中招」。另外,有大律師表示,精神病患者被誘騙簽下消費合約,可循民事途徑討回款項,向法院出示醫生證明顯示「精神上沒有判斷能力」,要求法官頒令合約無效。

### 傳銷電話不絕 曾購多項服務

李小姐表示,近2年,胞弟不斷收到傳銷電話,有時每天接獲數個相關來電,當中多數關於美容和健身服務,對方多以「追數(交quota)」為由苦纏,胞弟不擅拒絕,屢次中招,曾光顧面部美容、脊醫檢查,甚至是脫痣等不必要的預繳式服務,每次涉款數千元至1萬元不等。有一次李先生打算購買價值10萬元的旅遊會籍,幸得妻子及時阻止。李小姐表示,胞弟收到的傳銷電話數量比一般人多,懷疑營商之間互通「水魚」電話名單,重複詐騙。

### 出示醫生證明 或令合約無效

另外,大律師陸偉雄表示,精神病的嚴重程度雖有分別,但消費服務的合約是否成立,取決於患者簽約時是否受病情影響。如精神病患者被人以不當的傳銷手法欺騙,市民應立即報警,並向醫生提取患病證明,顯示事主在交易時精神受困擾,「精神上沒有判斷能力」,未能照顧自己或作出有效的決定。當案件交由法庭處理,法官可考慮這理由頒令合約無效。

陸偉雄指出,經營商以不良手法向精神病患者或弱智人士推銷,本身已有欺詐的成分,不能以「無法分辨事主精神狀況」為抗辯理由。

# 工聯會購物周 8000人掃貨



黃國健、陳婉嫻及林淑儀等主持揭幕儀式。  
香港文匯報記者鄭佩琪攝

香港文匯報訊(記者 鄭佩琪)通脹來襲,物價飛漲,市民「荷包」卻不停縮水。為舒緩市民生活重擔,工聯會舉辦的抗擊通脹特惠購物周昨日在黃大仙揭幕,糧油食品、日常用品等以市價6折至9折發售,更有8,000人次進場「掃貨」,把會場擠得水洩不通,市民蜂擁搶購。以每包59元發售的8公斤白米成為「熱捧」產品,有人一家四口舉家「掃走」8包,展商1小時售出半數存貨,一度「清倉」需要急補貨,全日售出3,000包,負責人坦言去貨快速,超出預期。

### 移師黃大仙 設50攤位

繼上次聯華潤零售集團合辦為期18天的巡迴特賣周後,工聯會昨日與樂群社會服務處舉辦特惠購物周,協助市民「慳荷包」,地點移師至黃大仙廣場,交通更便捷,展期昨日起至下周日(19日)。展場設有50多個攤位,售賣糧油食品、日常用品及家居用品等逾千款產品,平均售價相當於市價6折至9折,免費入場。

購物周昨晨10時開始,工聯會副會長陳婉嫻、黃國健及林淑儀等主持揭幕儀式後,逾百名「有備而來」的市民隨即從四方八面進場,大會特意於攤位前架起鐵馬,並安排保安員維持秩序。昨晨天氣炎熱,偶有陽光,許多市民汗流浹背在場內搶購平貨。

### 全家總動員 搶貨平米

通脹升溫下,香港食材價格「火速」急升,在家吃「住家飯」的支出也有增無減,市民見有場內特惠產品自然不會錯過。場內其中一個售賣泰

國白米的攤位,主打售59元的8公斤泰國米,相當於市價75折,「筍價」吸引大批市民惠顧,有父親帶同妻兒「出動」一口氣購買8包,分開2架購物車運走,也有老翁直接把米扛到肩上抬走。

白米攤位負責人王先生表示,由於黃大仙較多基層家庭,產品均以成本價發售,希望薄利多銷。他說,準備1,200包白米應付首日展期,豈料開售一小時已售出一半,「完全超出預期」。中午過後,到場掃貨的市民愈來愈多,王先生與職員「做到無停手」,白米存貨一度被「清倉」,要臨時補貨,最終整日售出逾3,000包。

曾參與工聯會上次巡迴特賣周的長春食油,今次也有參展,以73折出售產品。攤位負責人鄧小姐表示,黃大仙較多家庭住戶,今次特別推出160元特惠裝食油,相信可吸引家庭主婦客群。主銷韓國食品的寶宏貿易也是再次參展,負責人黃嘉良表示,攤位產品售價較市價最多便宜40%,「超市上架費很貴,又要抽佣;參加這個購物周費用較低,售價可以降低」。

### 料未來數天 人數續增

昨日大部分到場掃貨的市民都是「全副裝備」,家住竹園邨的鄧先生與太太帶備購物車及多個購物袋入場,兩人「兵分兩路」,短短1個多小時已購買4包8公斤白米、6支食油及2大罐餅乾等,花費2,000多元。鄧太太表示,所購產品較市場便宜三分之一,足夠2、3個月食用,下周會再次到場入貨。王小姐昨日專程由葵芳到場購物,掃走4包白米。她說,通脹很厲害,慣用的日常用品及食品較以往貴10%,但工資卻追不上通脹,故特意到場入貨「慳錢」。昨日雖然不時下雨,但未有「沖散」場內人潮,昨日進場人數達8,000人次,工聯會預計未來數天到場人數會持續增加。



鄧先生與太太「兵分兩路」,短短1個多小時已花費2,000多元購物。  
香港文匯報記者 鄭佩琪攝



賣「筍米」攤位整日大排長龍,到中午已售出一半,超出負責人預期,整日售出3,000包。  
香港文匯報記者鄭佩琪攝

### 工聯會「特惠購物周」部分貨品價格

貨品名稱	原價(元)	購物周特價(元)
常滿牌泰國香米(8公斤)	79/包	59/包
珠江橋牌豆豉鯪魚(227克)	17.9/罐	16/罐
出前一丁即食麵(麻油味)(原箱30包)	3.7/包	2.9/包
梅林牌午餐肉(397克)	13.9/罐	12.5/罐
刀嘜獅球粟米油(3公升)	90/支	130/2支
刀嘜獅球芥花子油(3公升)	90/支	130/2支
刀嘜純正花生油(3公升)孖裝	220	160
刀嘜純正粟米油(3公升)孖裝	180	130
獅球牌花生油(3公升)孖裝	220	160
韓國三祖純大豆油(900毫升)	40/支	100/5支 (長者多送一支)
VIFON越南河粉(原箱32包)	151.2/箱	70/箱
港美維格即食麥片(800克)	18.9/包	40/3包
衍生雙料開奶茶/衍生精裝七星茶(每盒20包)	95/盒	150/3盒
詩樂氏消毒噴霧(500毫升)	48/支	25/支
詩樂氏消毒藥水(500毫升)	48/支	30/支

資料提供: 工聯會 製表: 香港文匯報記者 陳寶瑤

### 特惠周擬港島舉行



主銷韓國食品的黃嘉良表示,參加特賣周費用較少,故攤位產品售價較市價最多便宜一半。  
香港文匯報記者鄭佩琪攝

香港文匯報訊(記者 鄭佩琪)面對「樣樣加」的通脹環境,市民消費前「格到盡」,而專賣平貨的特價展銷會往往吸引「慳錢一族」到場。工聯會上次與華潤零售集團合辦的巡迴特賣周,共有18萬人次進場,當中以天水圍展場的反應最熱烈。工聯會副會長黃國健表示,有意於港島舉行特惠周,正物色合適的地方,希望令港島基層市民受惠。

本地品牌飛越360主要售賣蛋糕、餅乾等產品,負責人黃小姐表示,公司有參與上次3場巡迴特賣周,當中以天水圍最受歡迎,她形容「那些市民是搶住來買」,入貨量也較多,曾有顧客一次買10盒件裝蛋糕,估計與當區較多基層家庭有關。其他參展商也認同天水圍展場反應最熱烈,「很暢旺,場內經常迫滿人」。

### 超市上架貴 商戶寧選特賣周

售賣韓國食品的寶宏貿易負責人黃嘉良表示,近年於超市、百貨公司寄賣的上架費、佣金等不斷增加,對小規模公司構成經營壓力,參加這類的特賣周「入場費」較低,冀透過參展達致薄利多銷的目的,並同時令基層市民「買平貨」,故許多小規模公司都樂意參加。售賣白米的常滿網上商店負責人王先生表示,超市上架費高昂,寧願參加特賣周以貼近成本價銷售,「益街坊」同時可直接賺到更多利潤,計劃下月推出網上訂購送貨服務。

黃國健表示,工聯會有意將特惠周轉移到港島,較多屋宇的地區將列入選址考慮範圍,但與相關單位洽談租借場地事宜並非容易。惟據了解,由於舉辦特惠周多於露天場地舉行,香港現已踏入雨季,下雨甚至打風都會影響特惠周運作,故可能要待雨季過去,才會舉辦下一次特惠周。