

■有中式食肆未能按廣告所指提供「足時間」的任食優惠。網上圖片

眼鏡店疑呃驗眼 食肆任食涉拖鐘上菜

奸商鑽法律罅 商品新例「滿月」

香港文匯報訊(記者 郭兆東、陳錦燕)本港新修訂《商品說明條例》實施至今已足1個月，雖然坊間不少商店為免違例紛紛改變宣傳方式，但仍有個別商戶無視新例阻嚇，繼續以不良營銷手法如虛假商品說明及餌誘式廣告作宣傳，令違規個案在當局打擊下仍時有發現。香港文匯報記者發現，有眼鏡店涉嫌透過廣告誘騙市民光顧較昂貴的驗眼服務；同時，亦有中式食肆未能按廣告所指提供「足時間」的任食優惠，同樣有違例之嫌。海關及消委會分別指出，需要仔細調查及考慮事件情況作出判斷，日後會加強公眾宣傳。

STEP 1 見調查 STEP 2 填寫個人資料 STEP 3 確認資料

自然亮大眼目，請正確填寫以下資料及選擇特約經銷商，我們將發放一張試戴優惠券

■隱形眼鏡宣傳廣告，未有透露需光顧視光師驗眼服務。網上圖片



為禁止交易過程中常見的不良商手法，當局上月19日起實施新修訂《商品說明條例》，商戶違反新例隨時罪犯刑事，截至本月12日，海關已接獲290宗涉及不良商行為的投訴，當中包括虛假商品說明、誤導性遺漏及餌誘式廣告宣傳等，而接獲投訴中更以虛假商品說明為主。

驗眼費150元 貴免費試戴1倍

不過，儘管新例阻嚇力十足，但仍有不少商戶企圖走「法律罅」。本報記者日前發現，有名牌眼鏡店最近與隱形眼鏡商合作，在各流動網站平台大賣廣告，聲稱只需簡單登記，即可獲贈隱形眼鏡「5天免費試戴優惠」，記者遂按指示登記姓名、身份證號碼、電郵及電話等個人資料，並隨即獲有關隱形眼鏡商電郵確認信。可是，在記者細心查看下，發現信中有項以星號作標記的聲明，指有關的試戴優惠並不包括視光師驗眼費。

由於電郵內容隱晦，記者遂致電該公司作進一步查詢。該公司職員於電話中明言，若要換領有關優惠，必須光顧價值150元的驗眼服務，即使已於可換領的分店驗眼，亦需硬性繳付該筆驗眼費。據了解，優惠中可供換領的每日即棄隱形眼鏡30片裝，市價只售215元，即每片只需約7元，換言之，優惠所指的5天10片免費試戴體積僅需70元成本，遠比150元驗眼費為低，惟其宣傳廣告中並未寫明需繳付驗眼費，存在誤導性。

酒家緩兵計 等15分鐘「無料到」

此外，本報早前亦接獲市民陳先生投訴，指上月中與朋友一行8人，到佐敦一酒家光顧每位118元「任食2小時30分鐘」的火鍋晚市套餐，由於餐牌列明「以每枱入座時計算，逾時交枱每位加收\$30起」，故為免「蝕底」即時落單點選配料。惟等候逾15分鐘以後，仍未見任何配料上枱，連「打邊爐最基本」的湯底亦未見其影，遂向經理要求調整入座時間，但卻遭該店經理一口拒絕，對方更辯稱「廚房忙咁喇！」可是環顧四週，當晚店內客人只有不足6位。

就事件而言，由於有關酒家以「任食2小時30分鐘」為招徠，但實際招待市民卻未能提供足2小時30分鐘的服務時間，有違反新修訂《商品說明條例》中「餌誘式廣告宣傳」的嫌疑。

海關多查詢免墮消費陷阱

對於有關眼鏡店會否違反新例，海關發言人回覆表示，如商戶在交易過程中遺漏重要資料，導致或相當可能導致一般消費者作出某項交易決定，而該消費者如沒有接觸該不良行為是不會作出有關交易決定，商戶即屬違法，一經定罪，最高可被判罰款50萬元及監禁5年。發言人提醒市民，在消費前應先了解貨品或服務的詳情，向賣方或服務提供者查詢相關資料，以免墮入消費陷阱。

消委會總幹事黃鳳嫻則表示，雖然屬個別個案，但海關在處理懷疑涉及虛假商品說明及不良商手法的個案時，需要仔細調查及考慮個別事件的實際情況及相關因素，才能判斷該個案是否有抵觸《商品說明條例》。她稱，消委會會繼續加強公眾宣傳，下一步會在8月尾公布更多投訴，並進一步向公眾解釋條例內容。

「鉤料」檢控 大公司難逃責

對於有商戶企圖走「法律罅」逃責，大律師陸偉雄認為，法律面前人人平等，大公司亦不能例外，指雖然法例尚算完善，但能否找到足夠的證據才是最重要。「海關要檢控違法的商戶，必須要有足夠的證據，例如在同一日裡，需要至少2宗以上關於同一商戶的違法舉報。」他續說，這種做法是為證實事件的準確性，因不排除有人為個人利益，而誣職及陷害某間商舖的情況存在。



點半前 每位 \$118
2位起計 (享用兩個半小時)
及假期前夕9:30分前入座每位加\$10

80
2位起計
及假期前夕每位加\$8
火鍋配料任選

料拼盆及加一服務費另計
7折生日原

夏日優惠 自携外賣

每晚11時後入座精選火鍋

精選 優惠一律 註：堂

價錢牌避「特價」 「新設計」更難明

香港文匯報訊(記者 文森)新修訂的《商品說明條例》實施後，市面商店的價錢牌以「新設計」示人，如「街坊價」、「標準價」，有些超級市場則只以大、小字體，列出兩組價錢。原意令消費者更能獲得清晰商品資訊的新修訂條例，卻反令一眾消費者感到混亂，令人質疑：「標準價是等於正價嗎？」、「街坊價是減價嗎？」本報向有關超市查詢其價格與以前的「正價」有何差別，惟未獲正面回覆，有執業大律師指，商戶提供的價錢牌資料不清，可能構成「誤導性遺漏」。

避違例「原價」改「標準價」

新修訂的《商品說明條例》中規定，商戶出售的貨品所標示的價格如「原價、減價、特價」，須確保價格優惠聲稱是真實。當中，其標示之「原價」更必須是商戶早前有一段時間應用於該貨品的價格，以確保其新標示的「減價」屬實。可是，市面多間商店大改價錢牌，「原價」、「減價」等大為減少，反之湧現的卻是「標準價」、「街坊價」、「會場價」等字眼。

價錢牌列兩組價錢易混淆

記者視察了本港幾間大型超級市場。有超級市場貨品的價錢牌，只標明兩組價錢，一組字體極為細小的價錢列在價錢牌的上方，並用橫線劃除，另又以粗黑大字體列出「\$20.9」。亦有超級市場的價錢牌，上方以小字體列出「標準價」，下方寫上「特價」。

本報向上述超市查詢其價錢牌所表達的意思，惟有關超市並未正面回應價錢牌寫法之定義，只表示「這是根據過往一段時間的定價而作出的調整」，但被追問刪去的價錢是否等同以前的「正價」，則未有回應。另外，有超市則表示，「一向致力為顧客提供優質而價格具競爭力之貨品，貨品的標準價是按照來貨價、市場和營運情況以及業務策略而釐定」。

超市或涉誤導性遺漏

資深大律師陸偉雄表示，超級市場的做法明顯衝着新例，以免抵觸必須「真正減價」的規定。商戶提供的價錢牌資料不清，可能構成「誤導性遺漏」，「因為消費者會誤以為你更改的價錢是表示減價，而購買貨品」。

「踩界」標語通街見

香港文匯報訊(記者 郭兆東)新修訂《商品說明條例》生效至今，雖然海關已接獲約290宗相關投訴，但涉嫌違規及「踩界」的宣傳標語仍隨處可見。本報記者日前發現，仍有不少商戶為吸引市民目光，在櫥窗掛上較顯眼的優惠字眼，惟場內貨品的實質優惠卻與宣傳不符；同時，亦見部分商戶未有於「最多、最齊」等宣傳字眼旁加上數據支持，似有違反新例之嫌。

「全場三折起」涉餌誘式廣告

新修訂《商品說明條例》上月生效，不少商戶為防中招違例，紛紛改變宣傳字眼，無論在會展舉行的書展參展商或者小販都怕觸犯新例。不過，即使海關已接獲約290宗相關投訴，市面上仍有不少商戶展示出疑似違規的宣傳字眼。本報記者日前發現，有服裝零售店為求以購物折扣吸客，在櫥窗玻璃貼上「半價優惠起」的標語的同時，旁邊又貼上「貨物99元起」的字眼，令人聯想到99元的貨物亦可享半價優惠。不過，當記者向店主查詢後，店主卻指兩項優惠不能同時享用，更稱店內只有少量貨品以半價出售。

另外，記者又發現不少商店傾向以較大面積的橫額，宣傳較優惠的購物折扣，例如鞋店貼出「全場三折起」的標語，但當踏入店內查詢貨品時，才發現能以較優惠價購得的貨品只屬少數，其他貨物如男裝鞋只能獲8折優惠，似有違數，其他貨物如男裝鞋只能獲8折優惠，似有違數，其他貨物如男裝鞋只能獲8折優惠，似有違數，其他貨物如男裝鞋只能獲8折優惠，似有違數。

中菜避「魚香」用「怡香」

雖然市面有不少商戶涉嫌違規使用「踩界」標語，但有部分食肆為免違例，選擇自行更改傳統菜名稱，例如有中式食肆將晚市提供的「魚香茄子炆伊麵」，改為「怡香茄子炆伊麵」，一方面取「魚香」的諧音，另一方面避免被投訴伊麵沒有魚香。



■店主稱店內只有少量貨品以半價出售。文森攝

商品說明新例	
條文	內容
貨品和服務商品說明	不得向消費者提供虛假或具誤導性產品資料，如商戶未能確定資料真確性，應核實而非貿然提供予消費者
誤導性遺漏	若商戶未能就產品充分提供足以讓消費者作出有根據交易決定之重要資料，商戶將面臨觸犯誤導性遺漏罪行風險
具威嚇性營業行為	不得使用騷擾、威迫手段或施加不當影響，限制或損害消費者選擇及行為上的自由，從而導致消費者作出某項交易決定
餌誘式廣告宣傳	凡按某指明價格宣傳產品，商戶應確保在合理期間內供應合理數量的產品
先誘後轉銷售行為	不得就有關產品作出按指明價格購買邀請，而其後出於促銷不同產品意圖，拒絕展示使用、接受訂單或示範使用產品的欠妥樣本
不當地接受付款	商戶在接受付款時如無意圖供應有關產品，或意圖供應其他有重大差異的產品，或沒有合理理由相信他將能在協定的時間或合理的時間內，供應有關產品，便不得就有關產品接受付款

資料來源：香港海關 製表：香港文匯報記者 郭兆東



■涉嫌違規及「踩界」的宣傳標語仍隨處可見。文森攝