

商品新例遏奸商

執法檢控存隱憂



■新修訂的《商品說明條例》維護了香港的「購物天堂」美譽。
資料圖片

消費有道

本港新修訂的《商品說明條例》自去年7月正式生效，條例內容涉及：由貨品涵蓋到服務行業，規管虛假商品說明、誤導性遺漏、具威嚇性營業行為、餌誘式廣告宣傳等不良營商手法。對此各行各業嚴陣以待，營商手法稍有差池，隨時要負上刑事責任。許多服務性行業也開始加以配合，刪去廣告宣傳內容的一些字眼，諸如：「永久有效」、「全城最低」和「保證成團」等。廣告業開始忙於修改文案內容、字眼；有些行業甚至安裝攝影錄音器材，以備日後對質之用，保證自己的營商情況。但有律師指出，條例的部分條文難有客觀標準，故未來執法和檢控可能存在困難。

莊達成 匯知中學通識教育科科主任、通識教育科專業發展學會會員

作者簡介

曾任通識教育科專業發展學會會長。曾任教高補通識教育科，現任教高中和初中通識教育科。香港中文大學教育學院通識教育科課程發展與教學文學碩士。編著《如何做好通識教育科獨立專題探究》一書。



今日香港

1. 細閱以下資料：

資料A：

《2012年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例》執法指引

執法目標

執法行動旨在：

- 防止及遏止違反公平營商條文的營商手法；
- 促進商戶遵從法例及提高社會人士認識公平營商條文的要求；
- 處罰涉及嚴重違反公平營商條文的違例者。

調查優先次序

執法機關因此一般會優先處理涉及以下一項或多項行為的個案：

- 涉及重大公眾利益或關注的行為；
- 屢犯、故意、有組織或構成嚴重違例的行為；

- 引致或可能引致消費者權益嚴重受損的行為；
- 針對弱勢或易受左右的消費者群體，或對這些群體造成或可能造成嚴重損害的行為；
- 該行為顯露商戶有違例的慣性或顯示有在未來出現不當行為的風險；
- 該行為顯示出在市場上有顯著的或新興的趨勢或可能會在某行業中或跨行業普遍出現；
- 對該行為採取的執法行動很可能帶來有效的教育或阻嚇作用。

■資料來源：香港海關、通訊事務管理局

資料B：

《商品說明條例》投訴主要類別

類別	項目	百分比
貨品	食品及飲品	23%
	電器及電子產品零售商	14%
	超市、百貨公司及便利店	12%
	中西藥業	11%
	網上購物	9%
服務	旅遊	26%
	美容及美髮	18%
	教育	8%
	健身	7%
	網上購物	5%

■資料來源：香港海關

資料C：

涉不良營商數字

手法類別	貨品 (宗)	服務 (宗)	總數 (宗)
作出虛假商品說明	531	91	622
誤導性遺漏	120	103	223
具威嚇性營業行為	6	50	56
餌誘式廣告宣傳	12	14	26
先誘後轉銷行為	5	7	12
不當地接受付款	15	45	60
總數	689	310	999

■資料來源：香港海關



想一想

a. 運用資料C，描述和解釋資料B所反映的投訴類別趨勢。

b. 你在多大程度上同意「《商品說明條例》有助本港建立更公平的營商環境」這個說法？試加以解釋。

今日香港 + 公共衛生

2. 細閱以下資料：

資料A：近年《不良醫藥廣告條例》執法情況

年份	警告信(封)	成功檢控(宗)
2010年	1,242	42
2011年	898	22
2012年(1月至8月)	1,205	10

■資料來源：香港衛生署

資料B：醫學美容事故相關個案

早前，4名女子接受醫學美容集團的靜脈輸液療程後出現細菌入血情況，其中一名婦人因多個器官衰竭而不治。有醫生指，此相關技術是尚未成熟的療法，用於治療癩症；而該集團指，該療程不是醫療行為，只屬於保健和美容範疇。另外，有醫學美容再生中心在網站推廣多種整形手術，強調整形後的美感效果，但卻沒有提及手術所存在的風險。

這些醫學美容事件引起不少市民恐慌。藥劑師學會發現市面一半醫學美容療程沒有醫學實證；消委會和醫學界也促請政府監管醫學美容，但至今本港仍未設立醫學美容公司的發牌制度。

■資料來源：綜合本地各大報刊



想一想

a. 參考以上資料及就你所知，有哪些可能的因素令本港美容市場興盛？試加以解釋。

b. 針對現時本港醫學美容事故，你認為政府應採取哪些應對之策？試舉出3個方法，並加以說明。

今日香港 + 能源科技與環境 + 現代中國

3. 細閱以下資料：

資料A：港人常見投訴個案

投訴類型	2011年 (宗)	2012年 (宗)	按年變動 (%)
電訊服務			
價格或收費爭議	3,500	3,273	-6.5
服務質素	1,982	1,463	-26
銷售手法	625	748	+19
保險銷售			
銷售手法	79	76	-3.8
服務質素欠佳	27	25	-7.4
價格或收費爭議	75	139	+85.3
網上團購			
付款後未收到優惠券、貨品或訂不到服務	175	2,004	+1045
銷售手法、貨不對辦、宣傳承諾不符實、到店後被推銷貴服務	53	120	+126
服務質素欠佳	78	113	+44.9

■資料來源：消費者委員會

資料B：消費陷阱相關報道

消費者委員會曾收到多宗關於電訊、團購及旅遊保險投訴。例如：投訴人在網上購買團購食肆優惠券，隨後致電食肆成功訂位，但當表明是使用優惠券時，食肆反口指該月份所有周末的預訂已滿。投訴人之後向團購公司查詢，惟延至優惠券將過期才獲回覆，並且拒絕退款。另一宗投訴是，投訴人早前出外旅遊時受傷，惟當地酒店和醫院均不能以英語溝通，令他沒法得到診治，故決定縮短行程回港到醫院求醫。但事後保險公司拒絕賠償，因條款要求旅客在外地先求診，回港再就醫才可獲賠償。

資料C：綠色消費相關論述

近年興起綠色消費，向隆重奢華的禮品包裝說「不」。然而，香港推動綠色消費落後於人。台灣早在2006年7月便禁止政府部門及學校餐廳使用即棄餐具，違例會被罰款；同年實施「限制產品過度包裝」法，化妝品、酒類及加工食品禮盒，以及糕餅禮盒及電腦程式光碟，包裝件數分別限於2件及3件以下，違者會遭罰款新台幣3萬元至15萬元。



想一想

a. 參考以上資料，你認為有哪些因素導致資料A的現象？試從文化和經濟兩方面加以說明。

b. 你在多大程度上贊同「港人的生活習慣是綠色消費的最大障礙」這個說法？試加以解釋。



■團購近年迅速興起。網上圖片

結語

香港是「購物天堂」，但也有人認為香港近年已成為「投訴之都」，消費者經常「喜歡」甚麼也投訴一番。事實上，自消委會公布奸商「黑名單」後，也嚇倒、警告某些不良商戶，令整體投訴下跌四成。然而，港人對消費權益了解日增，自我保護意識提高，「投訴之風」或許不會很快停止，加上美容、整形、纖體和醫學美容等風氣在港日漸普及，市民對各種美容服務又認識不深。若港府不能有效地監管這些行業，投訴個案和醫療美容事故或許會再增加、發生。



小知識

團購 (Group Buying)：近年迅速興起的一種網絡商業模式，透過團購網站集合足夠人數，便可以優惠價格購買或使用第三方公司的物品、優惠券或服務，賣家薄利多銷，買家得到優惠，節省金錢，而運行團購網站的公司則從賣方收取佣金。此舉的優點是有助公司以較低的成本宣傳產品；缺點則是並無嚴格監管，消費者亦未能預覽產品素質。

綠色消費 (Green Consumption)：在購物時，不僅考慮商品的品質與售價，還考慮該商品及其包裝是否造成環境污染？更進一步，則考慮該商品由原料取得到生產過程會否產生公害？以致影響自然生態的平衡作為取舍的標準。簡單而言，綠色消費泛指民眾購買有「環保標章」圖案的產品（可回收、低污染、省資源）。

■香港文匯報記者 吳欣欣



延伸閱讀

- 保障消費者權益——《商品說明條例》(香港法例第362章), 香港海關 http://www.customs.gov.hk/tc/whats_new/tdspg/
- 《區分「醫學」「美容」加強行業監管》, 香港《文匯報》, 2012-10-06 <http://paper.wenweipo.com/2012/10/06/WW1210060002.htm>
- 《環保DIY——「讓綠色永恆」公民環保行為規範》, 「綠色北京」網站 <http://www.grchina.com/gb/diy/guide2.htm>

■香港文匯報記者 吳欣欣