

# 黑店割遊客 海關保港譽

— 今日香港 —

藥房採用不良營商手法的情況存在已久，但成功檢控則是近兩年的事，原因在於《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》在2012年7月才通過，授予海關執法權力，打擊不良營商手法，以保障消費者利益，下文將就條例的目的、內容和意義逐一分析。

■羅玉芬 兼任大學講師

## 2012年立例 授權海關執法

### 新聞背景

2012年7月，香港立法會通過《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》（下稱《條例》），並於2013年7月19日開始實施，而海關是執法部門。截至今年9月底，海關成功偵破46宗藥房不良營商個案，當中有20宗被定罪，包括即時監禁兩位涉案者。今年8月，香港海關展開為期約兩個月的打擊藥房不良營商手法行動，代號為「黃金戰士」，行動中分別在6間藥房拘捕9人，涉嫌以「斤變錢」、「影射產品」等的不良經營手法，誤導消費者，使他們額外付出逾百倍的價錢和在不知情的情況下購入「假貨」，蒙受損失。

### 立法打擊黑店「割客」

根據消委會的定義，消費者權益包括在消費貨品和服務過程中，享有自由選擇及獲取正確資訊的權利，確保公平的消費及交易活動。自1974年成立以來，消委會透過《選擇》月刊，公佈不良營商的「黑店」名單，提醒消費者小心選擇產品和服務供應商。然而，消委會缺乏打擊「黑店」和「割客」活動的執法權力，《條例》正就這方面作出補足，針對不良營商手法，更有效地保障消費者權益。



■海關查封懷疑不良經營的蔘茸店，單位含糊（左）和誇張宣傳（上）均屬違反商品說明條例。 設計圖片

## 不良營商手法 6招話你知

除了售賣貨品的商舖之外，《條例》亦適用於提供服務的營業者，例如美容院、健身中心、航空公司、旅行社、補習社等等。至於何謂不良營商手法，《條例》界定了以下6種：



■海關教市民6招防身，圖為海關署理高級監督許偉明在記者會上介紹個案。 資料圖片

## 消費者學自保 向「黑店」說不

《條例》實施至今，尤其是海關打擊「黑店」、「割客」等活動的能力，社會普遍的評價是高度讚揚。目前，社會各方面正討論對各種服務供應商、預繳式服務等制訂規範指引或立法，希望透過加強監管，增加消費信心。《條例》的目的是要維持市場秩序，為經營及交易活動締造健康、公平的環境，一方面捍衛香港「購物天堂」的美譽，是海外旅客的首選目的地；另一方面，保障消費者權益，消費生活變得安心又愉快，強化消費主義的發展。兩者與香港的經濟繁榮及持續發展息息相關。自1980年代中期以後，香港已轉型為後工業社會，經濟結構和發展以服務業如零售、旅遊和物流為主。與此同時，消費主義亦日趨成熟，普遍市民願意消費日常生活基本必需品以外的奢侈品、享樂及消閒活動等，例如鮑參翅肚、旅遊、瘦身等等。因此，良好的營商環境是必要的。避免不必要的損失和不快的消費經歷，消費者的自保方法包括：

1. 「貨比貨、價比價」：掌握同類型商品在市場上的價格，避免「天價黑鬼油」的情況。
2. 「相信口碑、免做水魚」：光顧信譽良好的店舖，免進入「黑店」。
3. 「因應需要、堅定立場」：面對轟炸式或「先誘後轉」的銷售行為，必須「三思」，因應個人能力及需要，接受或堅拒有關交易。
4. 「不厭其煩、問清問楚」：對於心儀的產品或服務，必須清楚明白其內容及相關資訊，例如成分、原產地、供應期限、售後服務等等，避開「低開高收、以假亂真」的「斤變錢」、「水貨當行貨」的陷阱。
5. 「核對清楚、切勿亂簽」：對於以信用卡簽賬或簽署服務合約作為完成交易的最後步驟，必須核對清楚金額、合約內容，是否與口頭承諾的價格或銷售內容一致，避免「被割」、「貨不對辦」。
6. 「官民合作、消費信安心」：若然懷疑經營商使用不良營商手法，損害消費者權益，可向海關及消委會投訴，向「黑店」說「不」。

### 「山寨貨」

「虛假商品說明」是指在銷售產品或服務過程中，提供不正確的商品資料，例如把「冒牌貨」或模仿正牌商品製造的「影射產品」說成「正版貨」、把修畢課程證書解說為專業資格。

### 「斤變兩」

「誤導性遺漏」是指在營業過程中，以不明確、含糊的手法提供重要資料，甚至將之隱藏，錯誤引導消費者作出選擇並完成交易。最常見的是海味舖和藥房的「斤變兩」例子，混淆價格手法包括以反光紙標價、以身體或物件遮擋價錢後的單位，對價格單位的查問未有作出明確的回應。

### 「疲勞轟炸」

「具威嚇性的營業行為」是指在銷售產品或服務時，採取騷擾、威逼手段或施加不當影響，導致消費者作出尋常的交易決定。常見的例子是美容院、健身中心等預繳式服務，銷售員以「人盯人」及「疲勞轟炸」等手段，甚至以威脅性和侮辱性的說話或行為，迫使消費者作出不必要的消費。

### 「危言威嚇」

「餌誘式廣告宣傳」是指很多經營者都會使用「在指定期間，可享優惠價格購買指定產品」等宣傳伎倆，吸引消費者前來光顧。若然產品或服務供應商未能按照廣告內容，以早已標明的價錢提供承諾的產品，則屬違法。「餌誘式廣告宣傳」亦適用於供應商未能在合理的期間之內提供合理的產品數量或服務名額。

### 「收起唔賣」

「先誘後轉銷售行為」是「餌誘式廣告宣傳」的延伸，意思是當消費者被誘到商舖光顧時，經營者因為出於銷售另一種商品的意圖，未有按照宣傳內容提供合理質素的产品或服務如「次貨」、「樣板貨」，甚至拒絕有關商品的訂單。

### 「貨不對辦」

「不當地接受付款」是指在接受付款之時，經營者意圖不供應有關產品，或意圖供應不同的產品，即「貨不對辦」，而商戶明知在指定或合理時間內不可能提供相關商品，仍然向消費者推銷，也屬「不當地接受付款」。

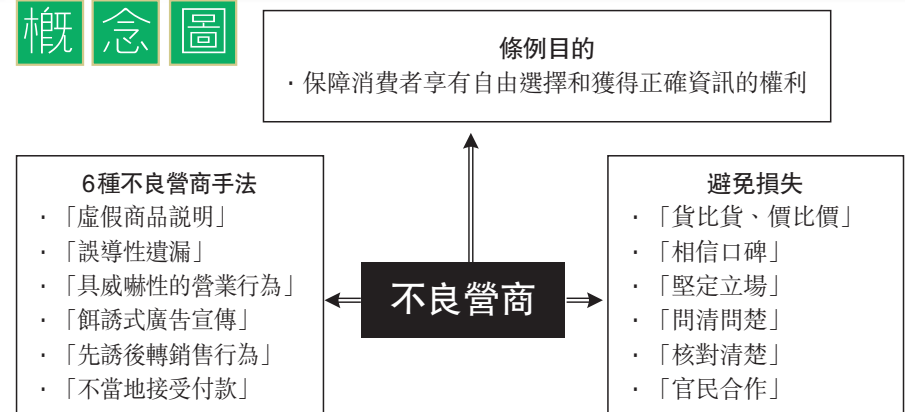
### 想一想

1. 試解釋何為不良營商手法。
2. 試從《2012商品說明(不良營商手法)(修訂)條例》設立的目的是，評價其成效。
3. 本港旅遊業近日傳出不良營商手法的新聞，如旅客被強迫購物，或是購買天價貨品，你認為《條例》可以如何加強對旅客的保障？

### 延伸閱讀

1. 同學可引用文中的6種不良營商手法作答。
2. 同學於這題應先指出《商品說明條例》設立的目的是保障消費者享有自由選擇和獲得正確資訊的權利，再評價條例是否達到此目的，認為成效顯著的話可引海關成功檢控不良經營商戶作例，如認為成效不大則可指出近期仍不斷有不良營商的新聞。
3. 本題是自由作答題，只要答案合乎情理即可，如派發小冊子予旅客，令他們知道消費者在香港擁有的權益，並可在小冊子上附上求助電話。

### 概念圖



### 延伸閱讀

1. 《6藥房涉「斤變錢」顧客多付160倍錢》，香港《文匯報》  
<http://news.wenweipo.com/2015/09/24/IN1509240084.htm>
2. 《不良營商手法》，香港海關  
[http://www.customs.gov.hk/tc/consumer\\_protection/trade\\_desc/unfair/index.html](http://www.customs.gov.hk/tc/consumer_protection/trade_desc/unfair/index.html)
3. 《使命和職能》，消費者委員會  
[https://www.consumer.org.hk/ws\\_chi/profile/mission/mission.html](https://www.consumer.org.hk/ws_chi/profile/mission/mission.html)

■香港文匯報記者 鄭樂泓