

建設力量再創奇跡 理性務實民心所向

立法會九龍西補選塵埃落定，代表建設力量的陳凱欣以10萬多的得票勝出。繼3·11補選之後，建設力量再創奇跡，又贏得民意戰的漂亮一仗。這是經濟民生優先的勝利，是香港社會趨向好的集中反映與直接體現，表明社會趨於理性，公眾對發展經濟、改善民生願望強烈，希望議員真正關心社區、真誠為民服務，建設力量民生先行、擺脫政爭的理念贏民心、得認同。期望陳凱欣與建設力量攜手合作，認真配合、監督施政，為港人謀福祉，報答選民支持。反對派應深刻反省敗選原因，思考如何順應民意、與時俱進，以免與選民的期望落差越來越大。

和勝出3·11補選的鄭泳舜一樣，陳凱欣在今次補選也以經濟民生為主，喊出「民生最優先、政治放一邊」的競選口號，競選政綱聚焦九龍西選民最關心

的房屋、醫療、教育問題，並作出具體建議和承諾，令人耳目一新，引起區內民眾的共鳴；競選期間，她經常落區拜訪區議員、街坊，當區內發生民生問題時，第一時間到現場了解情況，掌握精準資料，迅速與市民熟絡，贏得市民的信賴。

如果說上次補選，鄭泳舜以2,000多票贏了姚松炎是「爆冷」，那麼這次陳凱欣作為政壇新人，沒有政黨背景，以13,000票之差，「技術性」擊倒反對派「元老」李卓人，進一步反映，輕視民生、靠政治化炒作，難再在補選輕易獲勝。選民希望立法會有更多鄭泳舜、陳凱欣這樣的建設力量，在議會內推動有利香港的經濟民生政策，造福港人。

長期以來，立法會被反對派政客騎劫，爭拗不絕，拉布氾濫，淪為狙擊施政的工具，導致議會空轉，社會撕裂，

「佔中」、「旺暴」、「港獨」等違法暴力言行層出不窮，衝擊法治，損害和諧，香港發展滯不前，經濟民生改善舉步維艱，最終受害的是普羅大眾。廣大市民憂心忡忡，渴望議會早日重回正軌，真正成為理性議政論政的地方。

本港逐漸走出政治爭拗和激烈對立的陰影，今次九龍西補選的結果，反映香港穩中向好轉變的趨勢，展示出強大的理性民意，表明民心思穩、民心思進，選民十分厭倦政治內耗，希望民生優先，選民支持為民生、做實事的候選人進入議會，讓立法會遠離政治化鬥爭，讓香港聚焦經濟民生發展，恢復穩定和諧；政治先行、為反而反的政客，即使資格再老、名聲再大，也被選民離棄。

陳凱欣理性實幹、民生先行，獲得選

民信任和支持，最終贏了補選，她進入議會後任重道遠，需要與建設力量共同努力，發揮建設力量的積極作用，支持特區政府以民為本，推動香港發展經濟、改善民生，尤其要在市民最關心的議題，例如土地房屋供應不足、年輕人向上流動困難、貧富差距擴大等方面實現突破，推動香港積極參與粵港澳大灣區建設，主動融入國家發展大局，把握國家快速發展機遇，讓市民分享更多發展的紅利；另一方面，對政府施政是是、非其非，提出實事求是的建議和意見，督促政府持續改善施政，更好地服務市民。

過去歷次補選，反對派自恃有得票率「六比四」的「天然優勢」，每次都派出「政治明星」，以政治議題作為主打，刻意製造與建制派對決的選情，刺激選民投票給他們的候選人，每次都輕

易贏出，屢試不爽。九龍西是反對派的票倉，在立法會選舉中，反對派獲得的議席和選票都明顯佔優，本來對補選志在必得。可惜，今年兩次補選結果證明，反對派政治先行的選舉策略錯判民意，已經失效。尤其是今次補選，反對派並無吸取3·11補選敗選的教訓，續打政治牌，與求穩定重民生的民意背道而馳，難免重蹈覆轍。

昨日反對派就敗選向公眾鞠躬致歉，並表示「民主派需聆聽未有投票予他們的市民之聲音，並作出深切反思和檢討」。反對派的確要痛定思痛，檢討選民不支持的真正原因。歸根到底，選舉是要給選民帶來發展經濟民生的願景，急民所急，想民所想，拿出改善經濟民生的行動和誠意，流於空泛的政治口號和政治炒作，已經行不通，若再不收斂，下次恐怕輸得更慘。

消委會點名譴責凱詩美容 高壓硬銷誤導合約條款 首10個月涉款130萬

香港文匯報訊（記者 岑志剛）消費者委員會昨日點名批評「凱詩美容集團」，涉以多種不良手法硬銷美容服務，包括利誘消費者再高壓硬銷大額療程，誤導合約條款及收費，甚至未經消費者同意刷卡過數等，並且拒絕向無行為能力的顧客退款，今年首10個月涉款高達130萬元。消委會對凱詩予以強烈譴責，促政府盡快引入強制性冷靜期，提升對消費者的保障。

消委會昨日召開記者會，點名批評開業三十多年、在全港擁有16間分店的「凱詩美容集團」，涉以多種不良手法推銷美容服務。

疲勞轟炸推銷 呢交卡扮登記

其中一種手法，包括以低價體驗療程或招募神秘顧客作招徠，誘使消費者至美容中心，再以高壓及硬銷的手法，迫使他們購買高價療程，不少消費者因無法抵受長時間疲勞轟炸式推銷，為求脫身而被迫同意購買療程。

消委會並指，凱詩的銷售人員及美容師為求能順利開單，在推銷過程中對價錢、療程效果及合約條款含糊其辭，消費者最終發現收費和療效均與實際不符。

銷售人員亦會以各種理由，包括免費禮物或抽獎等，哄騙消費者交出信用卡作登記，更表明不會簽賬，但最終在未有取得當事人同意之下，擅自完成信用卡的簽賬程序。

向弱勢下手 拒絕退款

最高金額的個案在今年6月發生，集團旺角分店有職員以抽獎吸引消費者，取得投訴人的信用卡及資料。其後又以智能手機作為獎品，利誘顧客購買16.8萬元的鉅額美容療程，並慫恿事主以信用卡簽賬，分60期還款，事主最終無奈購買療程。

另外，部分個案涉及向弱勢人士，包括涉及腦退化患者、弱能及殘疾人士作出不當影響，以令他們購買高價的療程。其中一男性投訴人在小時候因車禍傷及腦部，需要就

讀特殊學校，他在今年1月被凱詩職員游說下，簽署五張美容療程合約，總值3.7萬元，其兄長發現事件，並向凱詩提供無行為能力的醫生證明，但凱詩堅持當事人是自願購買，拒絕退款。

消委會促速引入強制冷靜期

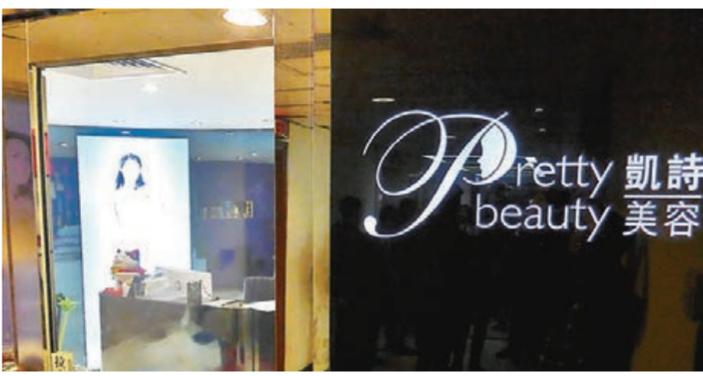
消委會表示，過去3年共接獲82宗有關該公司的投訴，個案數字有持續上升趨勢，由2016年18宗增加至今年首10個月29宗。

消委會在收到投訴後多次與凱詩交涉，但凱詩態度不合作，服務亦無改善，其後持續接獲類似投訴個案，今年首10個月涉及投訴的金額多達130萬元，是2016年全年的2.5倍，反映有關商戶並未收斂，行為愈趨猖獗。而過去3年間，投訴解決的成功率更只有25%，與美容行業普遍52%相差甚遠，當中更沒有個案獲全數退款，形容結果差強人意。

凱詩美容在銅鑼灣分店昨日照常營業，大批傳媒到場查詢，但店舖職員拒絕回應。有顧客表示，已光顧凱詩四、五年，直言職員會「不斷煩到你界錢」。在凱詩西營盤分店，有上門做美容的顧客向傳媒稱不會再光顧：「明知黑店你仲入去？」

消委會已轉介50宗個案予海關跟進。消委會總幹事黃鳳嫻促政府盡快引入強制性冷靜期，加強對消費者的保障。

她又呼籲消費者不應隨便將信用卡和身份證交予他人；市民如在高壓推銷下被迫簽下合約，應趁記憶猶新時盡快以文字或錄音記下過程，方便執法部門跟進。



凱詩美容在銅鑼灣的分店昨日照常營業，大批傳媒到場查詢，但店舖職員拒絕回應。香港文匯報記者岑志剛 攝



消費者委員會點名批評「凱詩美容集團」，涉以多種不良手法硬銷美容服務。香港文匯報記者岑志剛 攝

四大不良營銷手法

低價利誘，疲勞轟炸
以低價體驗療程或招募神秘顧客誘使消費者到美容中心，再以高壓及硬銷的手法長時間「疲勞轟炸」式推銷，迫使消費者購買高價療程，消費者為求脫身，最終被迫同意購買療程

服務收費和療效與實際不符
銷售人員及美容師為求能順利開單，在推銷過程中提到的價錢、療程效果及合約條款等含糊其辭，消費者最終發現收費和療效均與實際不符

未得同意擅自簽賬
銷售人員以免費禮物或抽獎等各種理由，哄騙消費者交出信用卡作登記，更表明不會簽賬，但最終在未有取得當事人同意之下，擅自完成信用卡的簽賬程序

向傷健人士下手
銷售人員懷疑向肢體傷殘及精神狀況有異的弱勢人士，作出不當影響，以令他們購買高價的療程。投訴人家屬其後提供無行為能力的醫生證明，但凱詩美容堅持當事人均是自願購買，拒絕退款

資料來源：消委會

整理：香港文匯報記者 岑志剛

凱詩美容被投訴數字

年份	投訴宗數	涉及金額(元)
2016	18	37.4萬
2017	35	68.3萬
2018(首10月)	29	130萬
總數	82	235.7萬

資料來源：消委會

整理：香港文匯報記者 岑志剛

美容業界倡助消費者識別好商戶

特稿

消委會昨日點名指「凱詩美容集團」以不良手法營銷。香港美容業總會創會主席、香港美容標準評級機構主席葉世雄表示，大部分美容院均「守規矩」，認為「割客」只是業界一小撮人的行為，並非行業的普遍現象，認為事件對業界構成兩難局面。他建議政府「兩條腿走路」，在立法引入冷靜期的同時，想方法讓消費者識別信譽良好的商戶。

大部分守規「害群馬」割客

葉世雄昨日接受香港文匯報查詢時表示，「凱詩美容集團」並非會員，不了解其業務和營銷手法，但消委會提到的不良營銷手法，間中會在業界出現，包括以海鮮價割客，或不停游說，令消費者在「半推半就」下使用信用卡簽賬等。

葉世雄認為，大部分美容院仍是「守規矩」，總會亦要求成員必須提供價目表，並向總會提供記錄，每年作更新，以免出現爭拗。

他又說，總會過去向消委會和海關查

詢投訴情況，發現單宗個案涉及的銀碼有上升趨勢，但個案主要是集中投訴某部分美容院，認為是一小撮人「大刀砍客」，並非行業的普遍現象，對此感到可惜。

他並提醒消費者，近年有美容公司聲稱招攬「神秘顧客」，邀請消費者上門使用其美容服務，但真正的神秘顧客是受薪工作，必須使用指定服務，公司亦會在事前給錢，毋須消費者自掏腰包，認為有關個案是騙案。

對於消委會促政府盡快立法，引入7天強制性冷靜期，葉世雄形容業界對此「又愛又恨」，認為立法可改善業界形象，但同時擔心會帶來額外成本，消費者亦可以在無關不良營銷的個人理由下要求退款。

他認為政府立法時應取得平衡，並列明可接受的退款理由。

他補充，業界自1998年已創立認證制度，惟多年來欠缺資源作宣傳，建議政府「兩條腿走路」，在立法引入冷靜期的同時，想方法讓消費者識別信譽良好的商戶。

■香港文匯報記者 岑志剛

不良銷售屢現 美容健身重災

話你知 不良銷售手法個案近年屢見不鮮，除了美容行業之外，健身中心亦是硬銷服務的重災區，甚至爆出有健身教練專門向弱勢人士下手。

為遏止不良銷售手法，消委會在今年4月發表研究報告，建議政府就健身服務、美容服務、時光共享等5種合約設立不少於7天的強制性冷靜期，其間消費者可無條件取消合約。

過去曾有美容公司以不良銷售手法硬銷，或職員未經消費者同意，自行用其信用卡簽賬購買療程。

在2016年7月，一名女子報稱早前光顧該間美容中心期間，職員在未有其授權下取去她的信用卡「碌卡」，被迫簽下約10萬元美容療程。海關接獲投訴調查後，相信有人觸犯《商品說明條例》中的不良營商手法，拘捕中心一名涉案女職員。

除了美容行業外，涉及健身中心的不

良銷售手法投訴個案亦不少。早於2011年，一名50歲、患精神分裂症逾20年男子稱接到健身中心推銷電話，軟硬兼施下，一個月內簽了逾6.7萬元合約，包括100堂健身訓練，家人收到病患的信用卡賬單始揭發事件。

2015年，旺角一間健身中心疑曾兩度在銷售健身會籍時向客戶施加不當影響，導致兩名客人分別購買價值1.9萬元及6,500元會籍，涉嫌違反《商品說明條例》的不良營商手法，海關拘捕11名男女，當中3人為管理層。

為遏止不良銷售手法，消委會在今年發表研究報告，建議政府就5種合約，包括健身服務、美容服務、時光共享及兩種交易模式設立不少於7天的強制性冷靜期，其間消費者可無條件取消合約；商戶需在14天內完成退款手續。

消委會主席黃玉山表示，設冷靜期可增加消費者信心，並讓政府及業界逐步適應冷靜期安排。 ■香港文匯報記者 文森

港姐代言 拒評事件

香港文匯報訊（記者 李慶全）2010年港姐冠軍陳庭欣代言的美容院昨日被消費者委員會點名批評



陳庭欣 資料圖片

其營商手法有問題，陳庭欣指昨日忙於出席東華記招，只跟經理人輕輕傾過這新聞，不過她都希望美容院能盡快將事情搞清楚，稱自己沒有參與其銷售手法，也不想作出評論：「我個多月前冇上去做Facial，感覺也很正常，加上自己又趕時間，好快就走了，所以真的不想對事件作出評論，也不懂回答，因為自己是代言又不是話事人，但希望受影響的人或有關人士能夠盡快把事情處理妥當！」