

倡規範家居裝修 建舒適美滿之家

Home Renovation Industry —
Better Governance for Creating Comfortable Homes

新聞發布會

Press Conference

21.2.2024

內容

01 研究背景

02 消費者的家居裝修旅程

03 保障消費者權益的措施

04 香港現行的規管制度

05 6大市場的規管制度

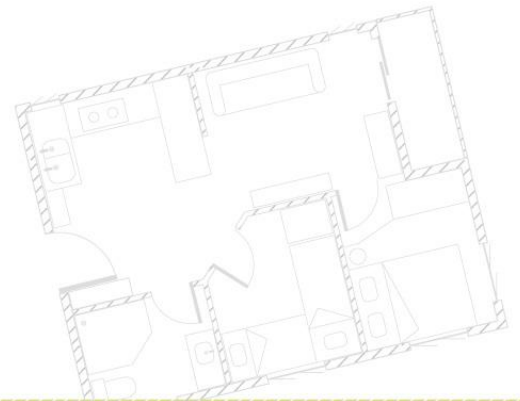
06 消委會的4大建議





第一部分

研究背景



香港的家居裝修服務



需求

不論單位大小，隨著香港的家庭住戶數目持續上升，以及住宅樓齡日漸老化，預計家居裝修服務的需求將進一步上升



知識

消費者需於多個階段親自與裝修公司洽談，但一般消費者都欠缺相關經驗及知識



金額不菲

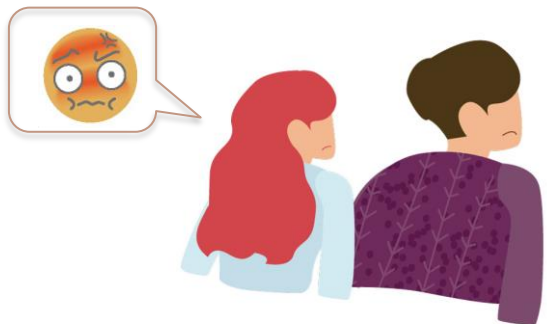
消費者無法控制或得知裝修公司如何使用裝修款項



糾紛

糾紛時常發生，但訴訟的過程費時失事，而且費用不菲

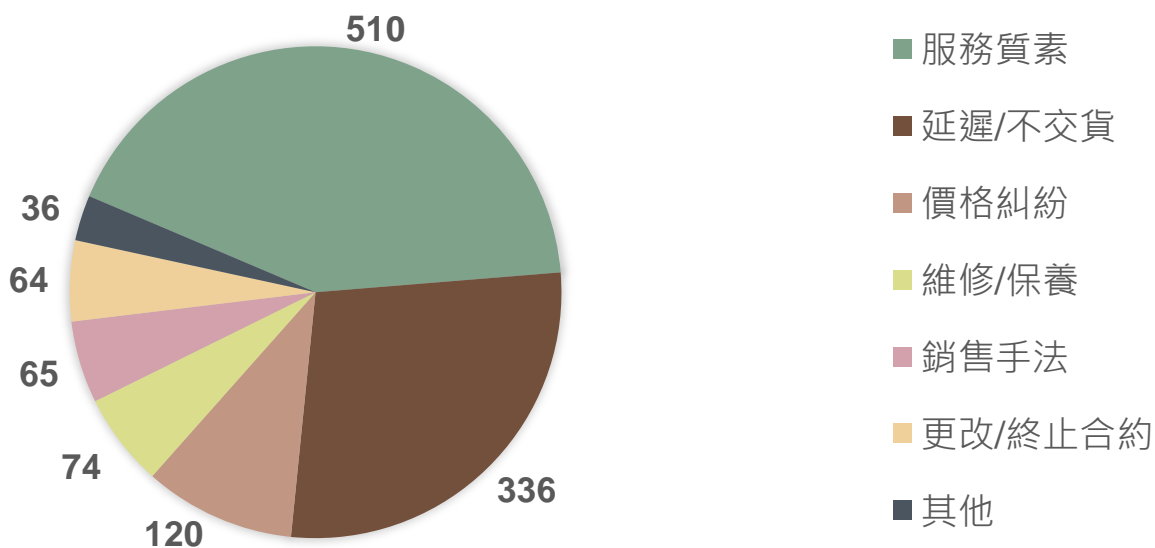




消委會接獲的家居裝修投訴

2017-2023年間，消委會合共接獲**1,205**宗對裝修公司的投訴個案，平均每年**172**宗。

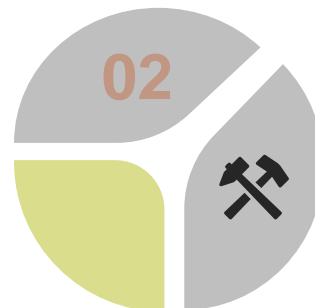
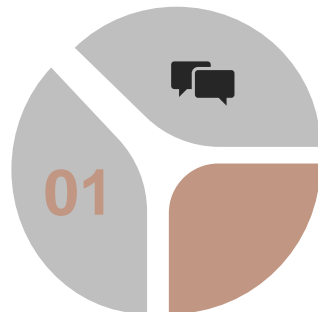
投訴內容主要針對服務質素 (510)，其次為延遲/不交貨 (336) 及價格糾紛 (120)。



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	總數
投訴個案數目	210	177	159	131	186	173	169	1,205
涉及總金額 (港幣)	40,579,904	36,579,021	40,790,746	25,040,192	47,099,491	39,073,975	47,805,010	276,968,339
每個案平均涉及金額 (港幣)	193,238	206,661	256,546	191,147	253,223	225,861	282,870	229,849

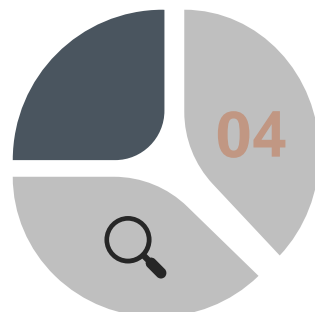
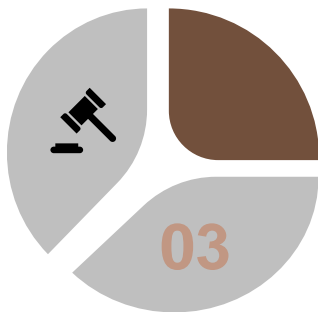
研究目的

了解**消費者**對家居裝修行業的
整體**觀感**



尋找家居裝修行業內的
不良**營商手法**

檢視香港及其他市場有關
家居裝修行業的**法規**



提出建議以**加強對消費者**在
使用家居裝修服務時的**保障**

研究範圍:

- 包括不同性質、規模和金額的家居裝修工程
- 不包括住宅內固定裝置及設備的個別修葺或保養服務



研究方法

規管制度研究

- 香港
- 中國內地
- 加拿大 (卑詩省、安大略省)
- 新加坡
- 英國
- 美國 (紐約)

諮詢持分者

公營機構

- 屋宇署
- 建造業議會
- 房屋委員會
- 房屋局 (獨立審查組)

專業團體

- Asia Designers Community
- 香港仲裁公會
- 香港樓宇檢驗學會
- 香港測量師學會
- 香港調解資歷評審協會有限公司

投訴及訴訟個案分析

- 消委會
- 海關
- 民事訴訟個案

消費者研究

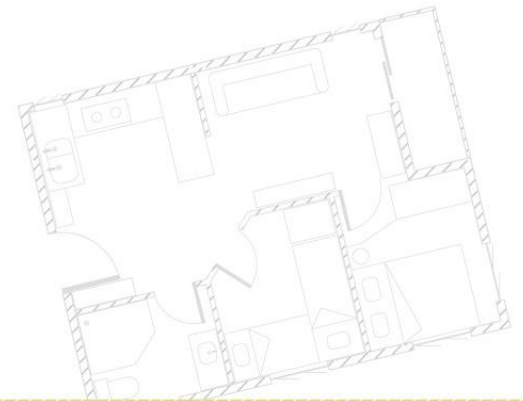
- 消費者認知調查: 505位受訪者
- 焦點小組討論: 50位受訪者

營商手法研究

- 深度訪談: 16 個商家
- 神秘顧客調查: 59 間家居裝修公司和 14 個網上配對平台
- 廣告檢視: 225 個樣本
- 報價單分析: 40份

第二部分

消費者的家居裝修旅程



消費者對家居裝修行業的看法

消費者認知調查

認知和資料搜集

消委會於2023年3月至4月期間，訪問了**505位消費者**，並在2023年4月至5月亦進行了**8個焦點小組討論**，包括**50位**在一年內進行過家居裝修的受訪者，以深入了解他們的親身經驗。

施工前

- 資訊來源：主要來自**家人、親戚和朋友**（93%）
- 考慮因素：大多數認為是**價錢和折扣**（79%）和**公司聲譽**（73%）
- 困難：**難以比較不同格式的報價單**（58%）及**市面上太多良莠不齊的家居裝修公司供選擇**（55%）

施工期間

- 網上配對平台：消費者的**熟悉程度頗低**，有**68%**受訪者表示從未聽過；而在有聽過網上配對平台的受訪者中，只有不足**10%**表示自己十分信任此類平台。

完工及後續跟進

- 擔憂：公司**推銷手法誇張失實**（58%），**被逼購買昂貴的家居裝修套餐或額外工程**（52%），以及**報價單過於草率簡陋**（49%）

消委會檢視了商家的宣傳資料

廣告檢視

認知和資料搜集

消委會在2023年第1季檢視了**225**個廣告樣本，包括**178**個商家，並就其中一些廣告的宣傳內容及聲稱，進行了後續跟進以神秘顧客方式與商家進行查證。

施工前

施工期間

完工及後續跟進

誇張的聲稱



商家的宣傳資料 (2)

廣告檢視

認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

難以查證的保證

三房套餐

50呎自選訂製家具或特色牆
30個新做／改位制位或燈位
50呎窗簾殼或燈槽
全屋執灰頂牆油漆
免費提供清潔及保護服務

更可低至一般公司1/3的價格

每人減\$

有別於一般裝修設計公司追求複雜、大改動，以達到更高造價、更高利潤的目的。我們為已有基本裝修的新屋苑開發了全新的裝修設計理念和系統，不但減少產生了裝修廢料，更環保，而且工期更短，裝修連家具可短至45天內完成。配合我們的團購優惠套餐，更可低至一般公司1/3的價格，就可達至一樣甚至更好的效果！

♥ 三大承諾保證，全方位想你所需 ♥

- 1 明碼實價，絕無隱藏收費，歡迎報價比較
- 2 準時完工
- 3 保養期內，有問題，我跟進

商家的宣傳資料 (3)

廣告檢視

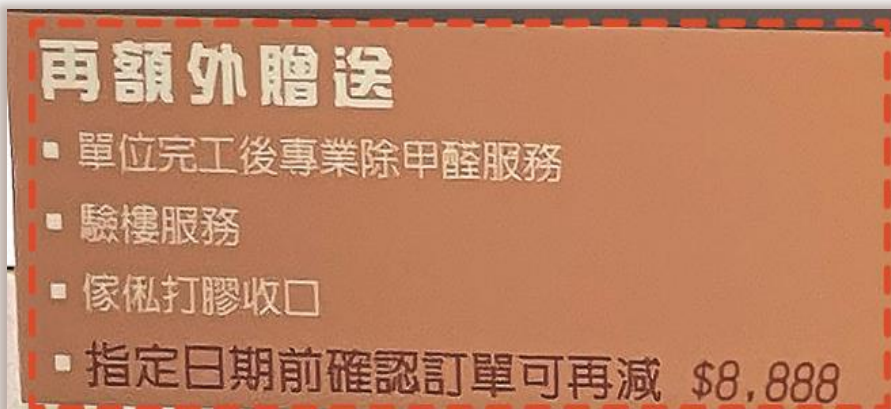
認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

含糊或不實的優惠



再額外贈送

- 單位完工後專業除甲醛服務
- 驗樓服務
- 傢俬打膠收口
- 指定日期前確認訂單可再減 \$8,888

「會送清潔服務，但驗樓、除甲醛服務另外有收費。」



住戶好消息

為您送上心意禮品

7A/7B期專屬**大激賞!**

單一開單總額滿**20萬**
送您價值近萬元的智能燈及除甲醛服務

開單滿**五十萬以上可免息分期**

熱線： 盡快與我們的設計師聯絡，爭取優惠！

「送智能燈但要做燈槽才能安裝。」



商家的銷售手法

神秘顧客調查

認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

消委會在2023年第2季度以神秘顧客身分與**59間家居裝修公司**及**14個網上配對平台**接觸，根據預設的家居裝修工程要求索取報價，並以親身經驗去檢視商家的營商手法。

- 只有**三分之一**的家居裝修公司在提供詳細報價單及進一步商討前提供初步估算
- 商家提供的估算跟實際報價差距為 **-32% 至 +28%**
- 當中亦發現了一些懷疑不良銷售手法，有機會構成《商品說明條例》（第362章）中的不良營商手法

潛在的餌誘式廣告宣傳 /
虛假商品說明

從項目開始到完成，為客人帶來最令人心安的服務體驗

\$0 按金套餐先開工後付款，我們對服務充滿信心！



神秘顧客

我看到你們網頁上有
\$0按金套餐，請問我可以
用這個優惠嗎？



公司

無此優惠，可能同事在網
頁上寫錯了，這行業沒有
公司會不收按金就開工。

商家的銷售手法 (2)

神秘顧客調查

認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

潛在的先誘後轉銷售行為

【招募+1】新一輪單位招募又黎啦
只要借出單位拍攝 可享高達8折優惠!
如果你有單位想裝修
歡迎搵我地幫你設計理想的安樂窩~

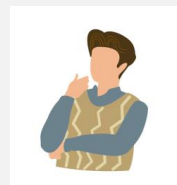
多款不同設計，聆聽你.....查看更多



招募單位 (傢俬或工程)
全單 **8** 折優惠



神秘顧客



公司

「我看到你們
Facebook上有寫
八折優惠，請問我可
以用這個優惠嗎？」

「這個優惠不適用，
我已在報價中計了另
一個更優惠的套餐給
你。」

- 有部分公司更對遵守法規的態度表現鬆懈

合法合規 – 廚房轉趟門

- 根據神秘顧客調查，**超過75%**的家居裝修公司回答可以隨意將廚房門改為趟門，但事實上此舉或會違反《建築物條例》（第123章）有關消防安全的規定。



神秘顧客

「廚房換趟門有沒有防火要求要注意？」

向消費者提供錯誤的
法律法規資訊

表示客人沒有必要跟足防火要求，基本上不會被查到，如果要跟防火要求，價錢就會多幾千元，「起樓」才要跟足防火要求。



公司

表示客人沒有特別的防火要求須注意，政府對住宅的防火要求並沒有像對商戶的防火要求那麼高，仍可繼續安裝趟門。

指廚房門屬私人物業範圍內，防火規例不適用。

提供方法以避免違規



提議客人可先做一個新門及門框，並同時保留原裝的（防火）門，如日後被檢查時可把舊門裝上。

合法合規 – 拆牆工程

- 神秘顧客調查顯示，高達 **75%** 的家居裝修公司建議神秘顧客毋需核實牆身性質，便可進行拆牆工程。有部份公司指從神秘顧客提供的平面圖（指牆身厚度）就知道該牆不是主力牆，亦沒有提及是否需查核大廈公契內對改動單位的限制，以及是否需要向有關物業的物管公司查詢。



神秘顧客

「我有聽說最近發生的主力牆事件，如果我拆牆打通兩間房有什麼要注意嗎？」

雖然一些媒體在2023年5月已廣泛報道一宗關於將軍澳區私人住宅內涉嫌改動單位結構牆的事件，但仍有受訪家居裝修公司繼續向神秘顧客指出可以拆牆，並且毋須進行進一步核實。

未經核實就向消費者提供建議



公司

十分肯定地指出兩間客房之間的牆是磚牆，並指從平面圖看來，該牆很薄，應該不會是石屎牆，所以可以打通。

指出其實看平面圖已大約知道是否涉及主力牆，通常兩房之間無主力牆，客廳與房之間就可能有。

* 註：由於神秘顧客調查只涵蓋施工前的階段，因此無法核實公司會否實行上述建議

消費者要求報價單提供更多詳情

消費者認知調查

認知和資料搜集

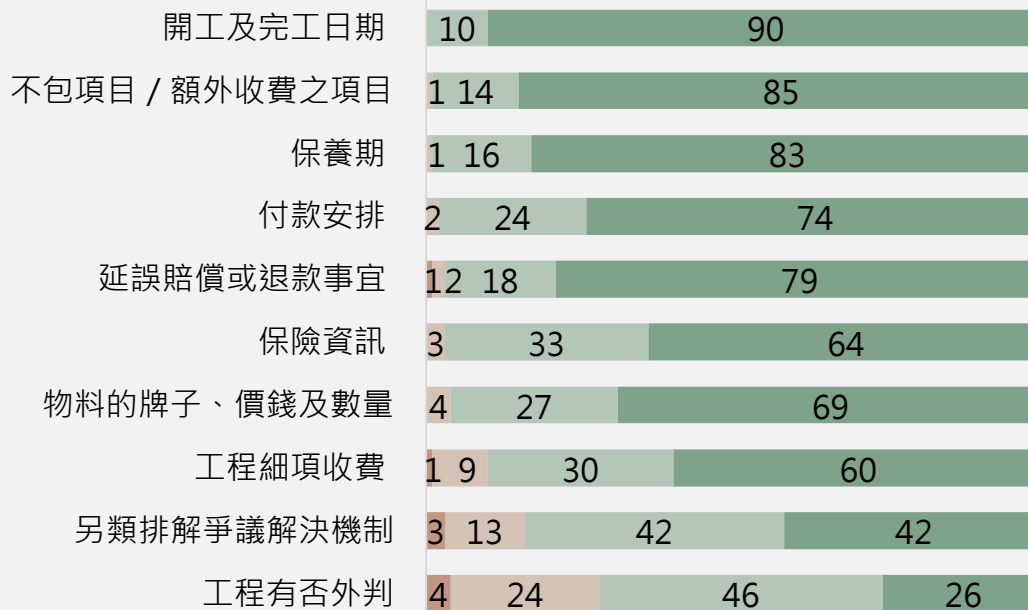
超過90%的受訪者同意以下合約項目不可或缺，然而有部份受訪者當遇到工程變動時，對處理正規合約時態度輕率。

施工前

施工期間

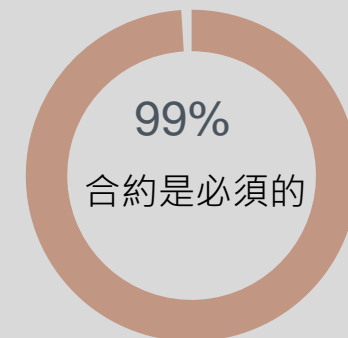
完工及後續跟進

合約需包括的項目 (%)



受訪者：N=505

■ 非常不重要 ■ 不重要 ■ 重要 ■ 非常重要



受訪者：N=505

報價單的缺漏，不足以保障消費者

報價單分析

認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

消委會根據香港測量師學會的專業意見，評估了40份從神秘顧客調查中取得的初步報價單

初步報價單的平均分為：

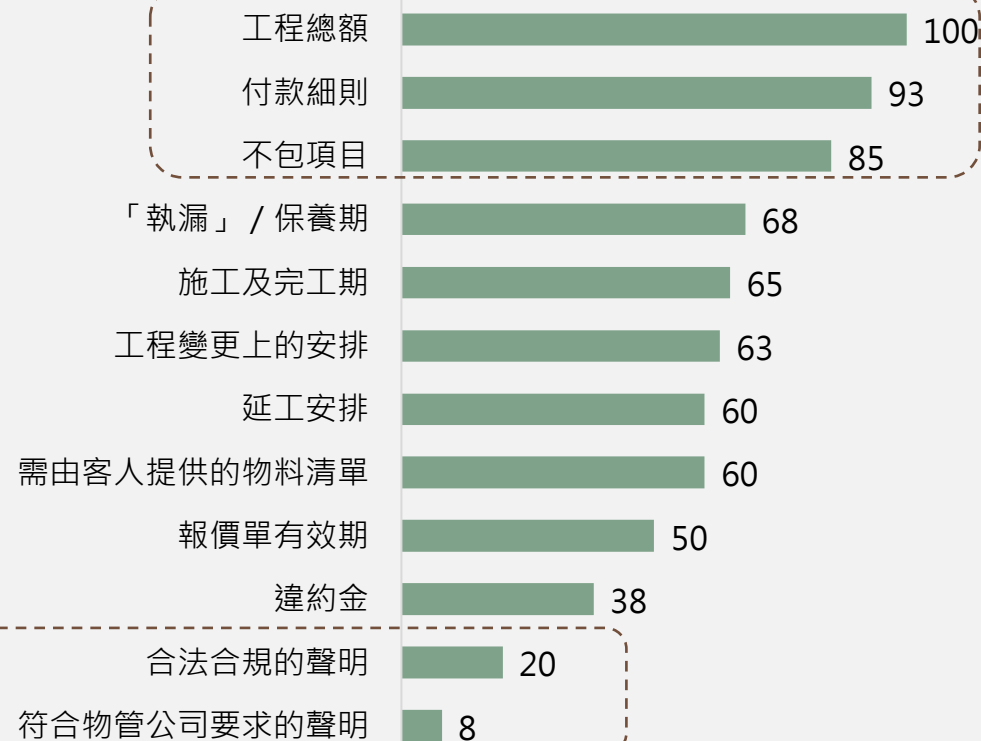
58 / 100

平均分

網上配對平台: 63

家居裝修公司: 48

報價單提及的項目 (%)



檢視報價單：N=40

報價單的詳細程度不足

報價單分析

認知和資料搜集

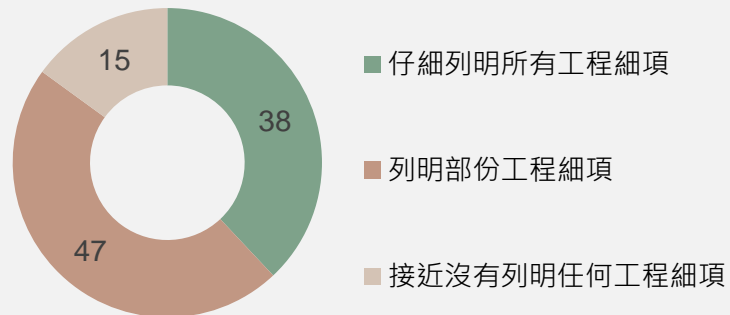
施工前

施工期間

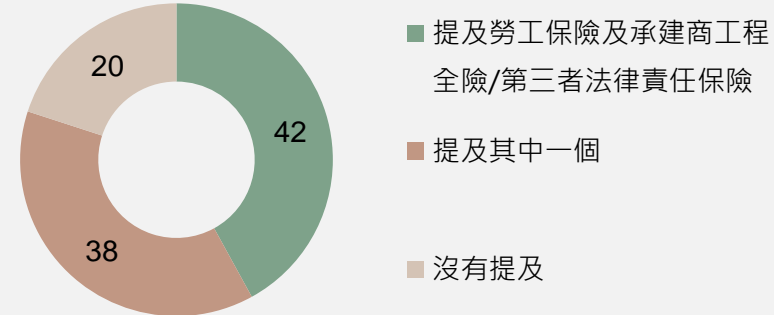
完工及後續跟進

報價單的詳細程度 (%)

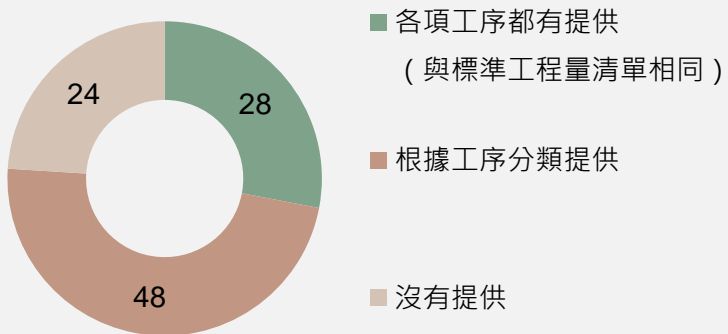
工程細項



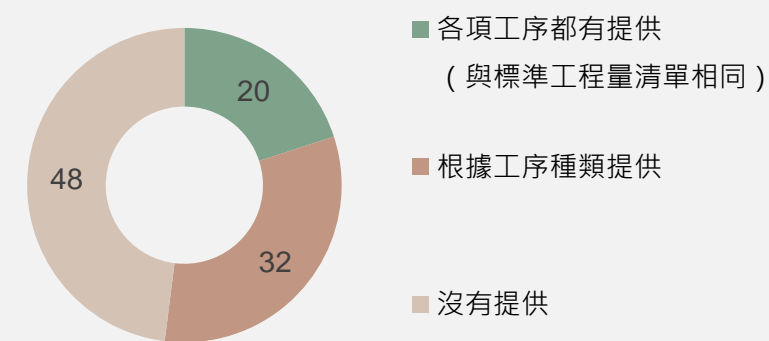
保險安排



工序數量



工序單價



檢視報價單：N=40

一些有潛在問題的報價單條款及細則

報價單分析

認知和資料搜集

施工前

施工期間

完工及後續跟進

龐大的首期費用

總數: \$ 386,800.00

備註:

此工程所需日數為清拆當日起計 60工作天,如工程期間有加改則順延(須按大廈管理可工作天日)

~ 工程項目如有加改 則另議報價客方

~ 大廈管理裝修按金客方繳付

~ 如工程需搭棚另議

~ 付款方式: **首期先付40%**; 工程展開30天 40%; 45天後10% 工程完成後付餘款 10%.

不清晰的收費條款

2. 付款方式

- ▲ 第一期訂金 30 %; 確認及簽訂報價單時支付.
- ▲ 第二期訂金 30 %; **工程進度百分之五十或以上.**
- ▲ 第三期訂金 30 %; **工程進度百分之七十或以上.**
- ▲ 工程餘款 10 %; 工程項目完成後支付.

消費者最擔心工程爛尾、施工質素欠佳

投訴分析

消費者認知調查

認知和資料搜集

施工前

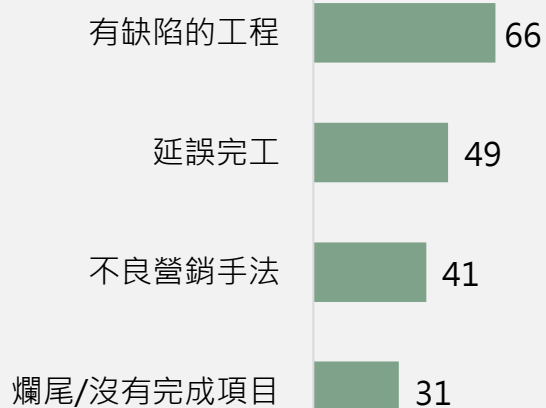
施工期間

完工及後續跟進



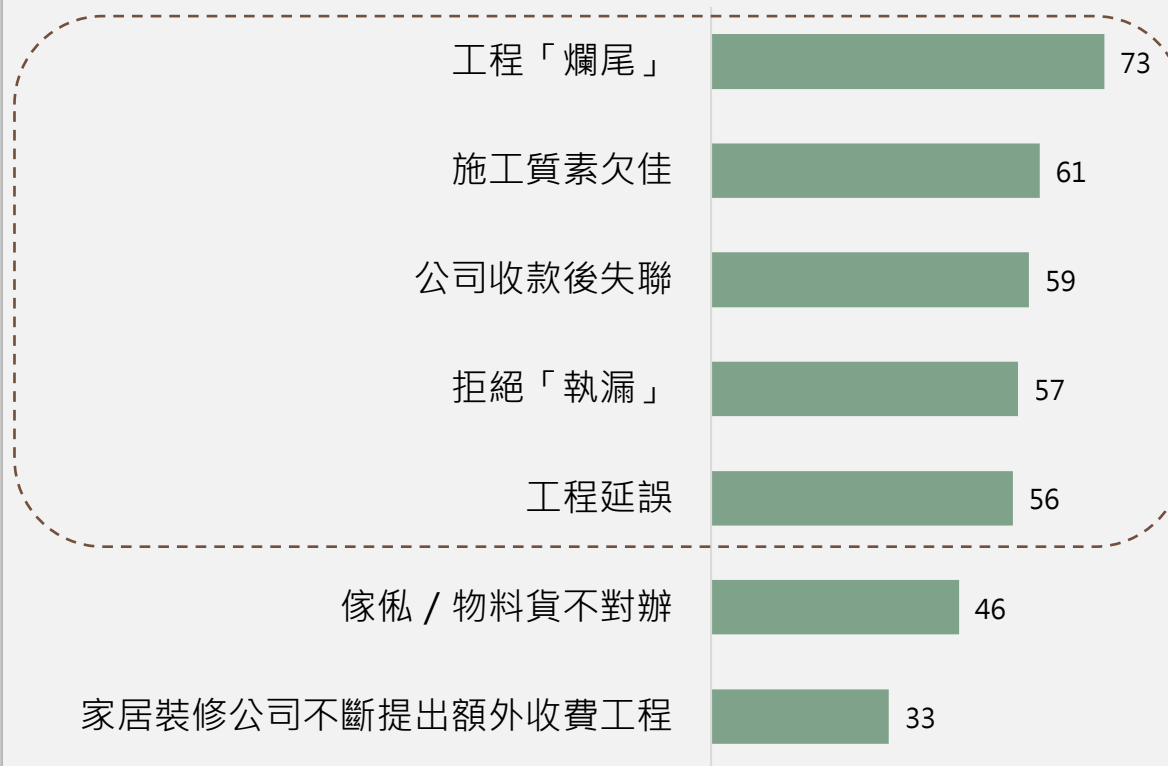
消費者的憂慮
與投訴個案遇到的問題近似

投訴個案中的常見問題 (%)



檢視的投訴個案：N=317, 接受多於一個答案

施工期間的憂慮 (%)



受訪者：N=505, 接受多於一個答案
*只顯示不少於30%的項目

消費者常遇到工程延誤、施工質素欠佳等問題

消費者認知調查

認知和資料搜集

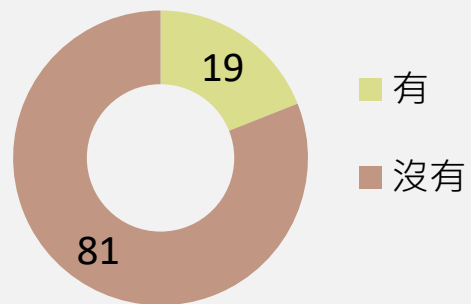
施工前

施工期間

完工及後續跟進

每5位便有1位 (19%) 受訪者曾與所委託的家居裝修公司發生糾紛。
在曾遇過糾紛的受訪者中，有超過四分之三最終能與家居裝修公司成功解決問題。

曾發生過糾紛 (%)



受訪者(曾有家居裝修經驗的受訪者) :
n=394

消費者的信心程度 (5分為滿分)

曾發生糾紛但無法解決的受訪者
★★★★☆
5分中有2.4分

最常發生的糾紛* (%)

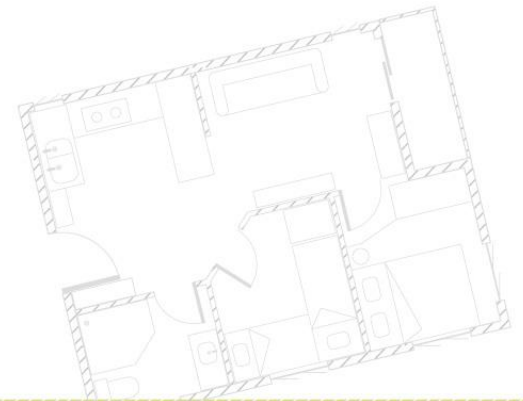
工程延誤	61
施工質素欠佳	39
家居裝修公司拒絕「執漏」	30
傢俬 / 物料貨不對辦	15
師傅人手短缺 / 曠工	12
糾紛結果 (%)	
成功與所委託的家居裝修公司協商解決	76
未能與所委託的家居裝修公司解決	21
其他	3

受訪者(曾與家居裝修公司發生過糾紛的受訪者) : n=74
*接受多於一個答案



第三部分

保障消費者權益的措施



消費者對家居裝修行業的信心程度及建議措施

消費者的信心程度 (5分為滿分)

平均數



5分中有3.1分

曾發生糾紛但
無法解決的受訪者



5分中有2.4分



提升行業水平的措施 (%)



受訪者：N=505, 接受多於一個答案

商家分享的行業問題

服務素質
差異大

缺乏監管機構

資訊透明度低

消費者缺乏
相關知識

人手短缺

成本增加



受訪者：16個商家（12間家居裝修公司及4個網上配對平台）

商家提出的改善措施

- ❑ 黑名單制度
- ❑ 強制的標準報價單範本
- ❑ 強制的牌照或註冊制度
- ❑ 專責監管行業的機構
- ❑ 加強消費者教育
- ❑ 費用託管服務



受訪者：16個商家（12間家居裝修公司及4個網上配對平台）



諮詢公營機構及專業團體意見

意見重點

- 所有持分者均認同**消費者教育**的重要性，以提高他們對於家居裝修工程所涉及的風險和責任的意識
- 所有持分者均支持在**標準合約**中加入**強制性條款**以減少糾紛
- 持分者也一致認為個別方式的**另類爭議解決機制**是可取的
- 消費者應奉公守法，向第三方尋求專業意見以避免觸犯法例
- 私營持分者傾向支持業界作**自我監管**，以及**建立商戶認證或自願註冊計劃**
- 部分持分者擔心訂金託管中介所收取的費用可能會轉嫁給消費者，因而增加裝修成本

提供意見的
公營機構:



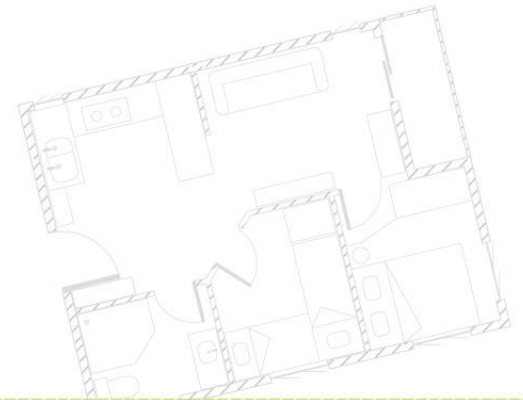
中華人民共和國香港特別行政區政府
房屋局

提供意見的
專業團體:



第四部分

香港現行的規管制度



香港現行與家居裝修相關的規管制度

痛點

現時，一般消費者缺乏經驗和知識而依賴裝修公司，若遇到失實陳述等不良營商手法，可能直到工程展開後才能發現。即使提出索償，結果亦存在不確定性。而業主有責任確保遵從安全法例（例如有關消防安全的規定）、佔用人的法律責任以及大廈公契中的限制。裝修公司未能履行其責任而產生的後果和處罰可能會由消費者承擔。

技術安全的層面

- 《建築物條例》(第123章) – 例如拆除建築物結構牆、樑、柱
- 《建築物(小型工程)規例》(第123N章) – 例如於單位豎設用磚建造的非承重牆、更換窗及改動室內樓梯
- 《電力條例》(第406章) – 例如固定地裝設在處所內的照明裝置
- 《水務設施條例》(第102章) – 例如更改消防供水系統或內部供水系統

訂明合約前商家與消費者的往來

- 受制於一般消費保障法例及普通法
- 如裝修公司有失實陳述 – 消費者可依據《失實陳述條例》(第284章) 或普通法要求撤銷合約及/或賠償
- 裝修公司不公平或不良營商手法可構成《商品說明條例》(第362章) 上的罪行，包括虛假商品說明、誤導性遺漏、餌誘式廣告宣傳、先誘後轉銷售行為、具威嚇性的營業行為及不當地接受付款

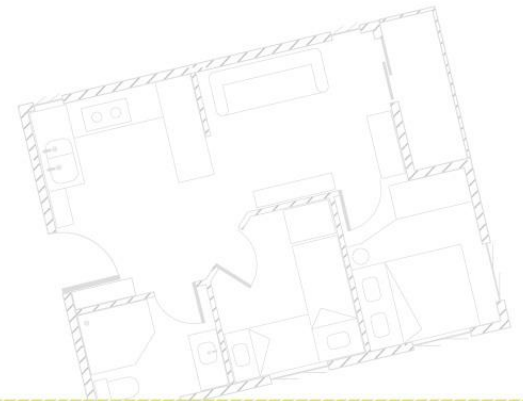
商家與消費者的合約交易

- 在沒有明確合約條款的情況下，法庭會以依照一般法律原則來確立雙方的權利和義務
- 進行裝修工程 / 付款的責任 – 如合約中沒有訂明時限，承辦商有責任於**合理時間內**進行裝修工程。工程整體完成後，裝修公司有權獲取協議價格的款項（在扣除輕微缺陷的金額後）。「整體完成」是指工程除了輕微或瑣碎的缺陷外沒有明顯的缺陷
- 根據案例，訴訟各方一般須就法律責任及損害賠償援引專家證據
- 自然人（不論是股東或董事）一般是免於為其法團實體（即公司）對消費者所作的行為負上個人責任

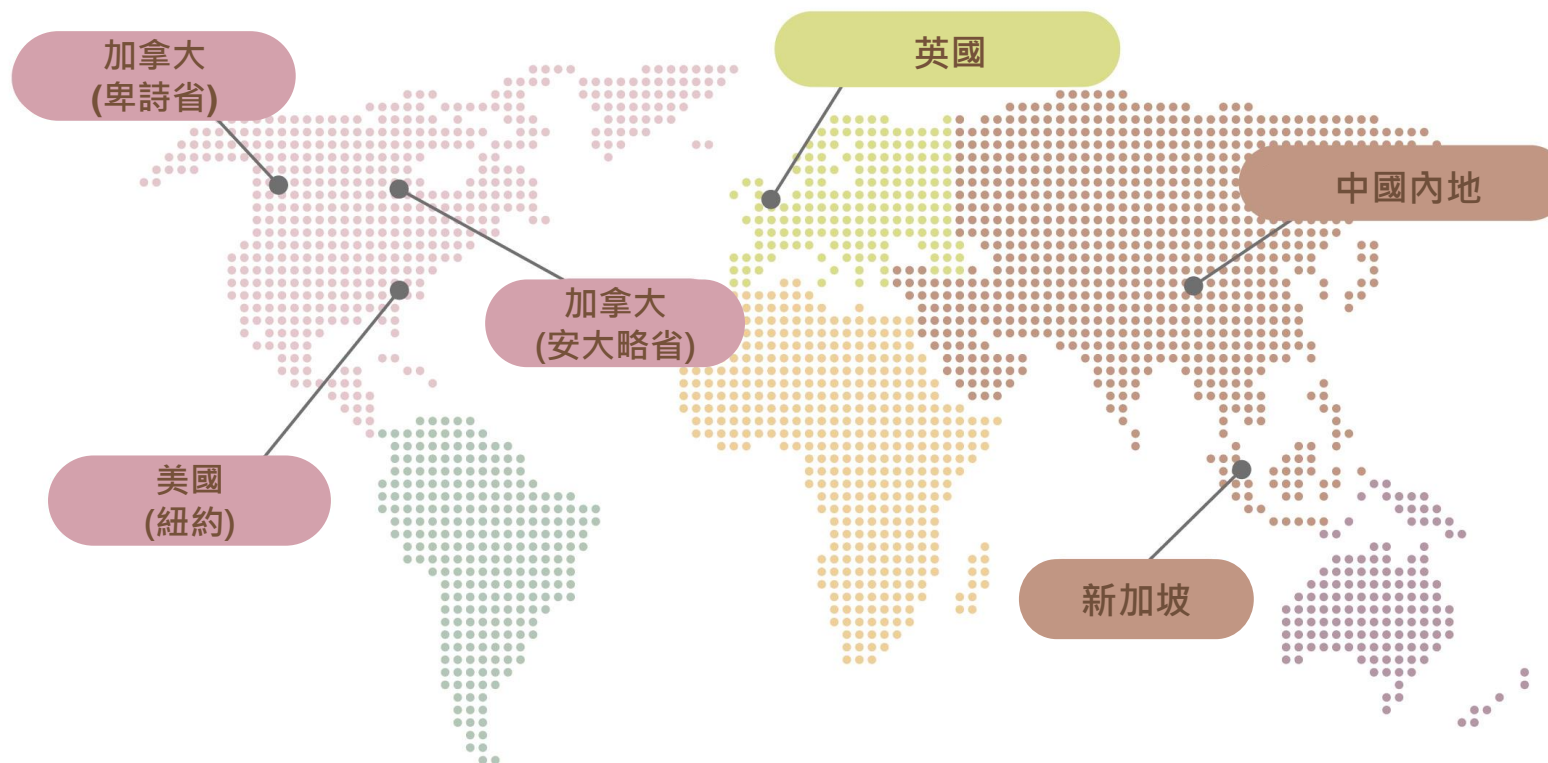


第五部分

6大市場的規管制度



研究涵蓋的其他市場



註：選取上述市場的首要原因是其市區城市與香港類近，住宅、房屋林立，人口稠密，而且其社會經濟或法律體系與香港亦有相似之處，或者與香港有經濟聯繫



其他市場的規管制度及消費者保障措施

	強制性或標準合約條款	強制性發牌制度	自願認證計劃
加拿大 (卑詩省)	✓ [僅限於金額50加幣或以上的未來履行合約 (future performance contracts) 或直接合同 (direct agreements)]	×	✓
加拿大 (安大略省)	✓ [僅限於金額超過50加幣的未來履行合約 (future performance contracts) 或直接合同 (direct agreements)]	×	✓
中國內地	✓	✓	✓
新加坡	×	✓ (就公共房屋而言)	✓
英國	✓ [僅限於金額超過42英鎊的直接合同 (direct agreements)]	×	✓
美國 (紐約)	✓	✓	×

註1: 雖無法定的強制性合約條款, 新加坡競爭局 (CCCS) 制定了“Guide on Fair Trading Practices for the Renovation Industry” (意譯為「裝修行業公平營商手法守則」), 建議裝修公司於合約條款中加入五大主要事項。

其他市場的規管制度及消費者保障措施 (2)

	付款保障	另類爭議解決機制	政府推動消費者教育的例子
加拿大 (卑詩省)	消費者有權於竣工後的55天內保留全數收費中的10%	-	於網上日誌提供裝修方面的資訊； 執法及發牌決定可公開查閱
加拿大 (安大略省)	消費者有權於竣工後的45天內保留全數收費中的10%	消費者如向Consumer Protection Ontario作出投訴，可能獲免費調解服務	提供有關委聘、報價、最低限度的合約條款、消費者權利及責任以及常見家居裝修騙局的資訊和提示
中國內地	訂金透過「裝付寶」托管	多個調解組織提供免費調解服務	中消協及省級中消協定期發布消費警示，舉辦家裝消費公益講座，聯合中國建築裝飾協會進行超標施工、安全隱患專案宣傳活動
新加坡	裝修承辦商的名冊 (Directory of Renovation Contractors) 上的公司須有履約保證金或銀行擔保； CaseTrust認證的公司則須有存款履約保證金	CASE及其轄下調解中心、新加坡調解中心或當地小額錢債審裁處均有提供服務	新加坡消費者協會 (CASE) 刊登消費警示用以提醒消費者；網上的裝修承辦商的名冊亦會列出過去兩年曾有違規紀錄之公司
英國	設有多項計劃 (註2)	多項自願認證計劃或會員計劃下，消費者可以免費進行爭議解決	於官方“Citizens Advice”網站提供消費者保障指引，並推出家居裝修應用程式 (Home Improvements App)
美國 (紐約)	訂金托管保障；透過 Department of Consumer and Worker Protection以債券形式作保障； 參與信託基金 “Home Improvement Business Trust Fund”	-	提供每半年一度的消費者教育、牌照資訊及一般消費者保障指引

註2: 包括 TrustMark的托管服務、Furniture & Home Improvement Ombudsman的保障計劃 “Consumer Protection Association’s and Home Improvement Guarantee’s payment protection schemes” (意譯為「消費者保障協會和家居改善保證的付款保障計劃」)、受保險支持的擔保及/或存款保障

其他市場的規管制度及消費者保障措施 (3)

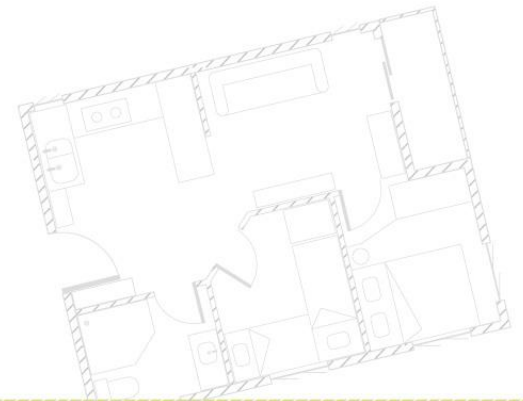
強制性合約條款的例子:

條款	應用於以下市場
承辦商的名稱及資料	加拿大 (卑詩省及安大略省)、中國內地、英國、美國 (紐約)
工程項目進行時期 (包括開工/完工日期及延期)	加拿大 (卑詩省及安大略省)、中國內地、英國、美國 (紐約)
工作的範圍及指定的項目及材料	加拿大 (卑詩省及安大略省)、中國內地、美國 (紐約)
價格	加拿大 (卑詩省及安大略省)、中國內地、英國、美國 (紐約)
分期付款時間表 (如適用)/付款細則	加拿大 (卑詩省及安大略省)、中國內地、英國、美國 (紐約)
消費者的取消權	加拿大 (卑詩省及安大略省)、英國、美國 (紐約)
爭議排解方式 (包括另類爭議解決機制)	中國內地、英國



第六部分

消委會的 4 大建議



消委會提出建議的原因

香港消費者的關注事項/經驗

- × 誇大的廣告宣傳
- × 難以對不同公司的報價單作出比較
- × 不合規的裝修/改裝建議
- × 不良營商手法
- × 市場缺乏透明度及行業標準
- × 解決爭議既耗時又昂貴



香港消費者的訴求

- ✓ 黑名單
- ✓ 標準報價單範本
- ✓ 爭議解決機制
- ✓ 發牌制度
- ✓ 行業法規
- ✓ 政府認可的商家名單
- ✓ 資訊透明化
- ✓ 指定監管機構
- ✓ 員工培訓
- ✓ 訂金托管安排
- ✓ 行業的自律



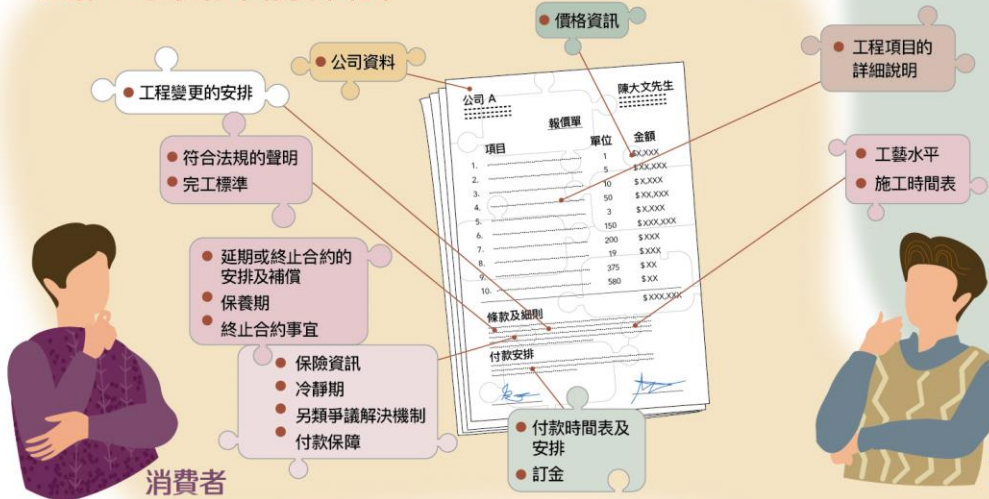
參考其他市場

- 強制性合約條款 (加拿大(卑詩省及安大略省)、中國內地、英國及美國(紐約))
- 獲政府承認的自願性認證計劃和計劃優點 (英國)
 - 例如：合約協議另類爭議解決方式
- 自願性認證計劃 (加拿大(卑詩省及安大略省)、中國內地、新加坡及英國)
- 另類爭議解決機制 (加拿大(安大略省)、中國內地、新加坡及英國)
- 強制性發牌制度 (中國內地、新加坡 (就公共房屋而言) 及 美國(紐約))

擬定建議推廣計劃

4個加強規範家居裝修行業的措施

建議一：提供標準報價單範本



建議二：設立認證制度

- 政府認可
- 認證機構
- 分級認證
- 認證標準
 - 安全
 - 財務健康
 - 管理和人力承諾
 - 過往記錄
 - 爭議解決程序
 - 客戶滿意度
 - 業務程序
 - 道德和誠信管理



建議四：加強消費者教育



資訊分享的建議主題

- 常見家居裝修的工作流程及工程時間表
- 報價單上的重要事項
- 業主的法律責任
- 行業指引、相關法規和要求
- 對不規工程的罰則
- 解決爭議的方法



建議三：採用另類爭議解決機制



- 調解
- 仲裁
- 專家裁定

建議（一）：提供標準報價單範本

政府或行業組織在制定標準報價單範本時，應諮詢公眾與行業，以確保符合現時行業的做法。

建議在範本中必須具備的重要事項

工程內容與價格方面

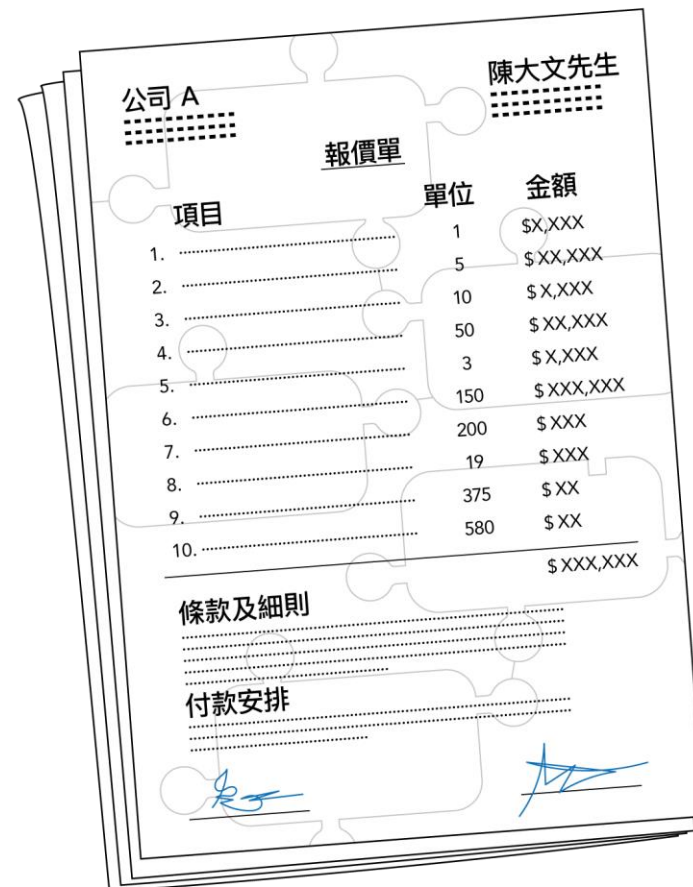
- 公司資料
- 價格資訊
- 工程項目的詳細說明
- 工藝水平
- 施工時間表
- 付款時間表
- 訂金要求

運作方面

- 確保足夠工作空間的聲明
- 變更或後加工程的處理
- 工程分包的聲明及安排
- 健康及安全預防措施
- 工程期間對已完成項目的保護措施
- 符合法例的聲明
- 完工標準
- 完工後清潔安排

保養、權利及補償方面

- 工程延期的安排及補償
- 「執漏」/ 保養期
- 終止合約的條款
- 終止合約的安排及補償
- 保險責任



項目	單位	金額
1.	1	\$X,XXX
2.	5	\$XX,XXX
3.	10	\$X,XXX
4.	50	\$XX,XXX
5.	3	\$X,XXX
6.	150	\$XXX,XXX
7.	200	\$XXX
8.	19	\$XXX
9.	375	\$XX
10.	580	\$XX
		\$XXX,XXX

條款及細則
.....
.....
.....

付款安排
.....
.....

建議（一）：提供標準報價單範本（續）

冷靜期、付款保障、另類爭議解決機制

消委會建議標準報價單範本可為家居裝修工程加入不少於7天的**冷靜期**條款，容許消費者可以取消交易並獲得退款，而不需要提出爭議或訴訟。

如消費者先前以書面形式同意進行某些準備工作（例如現場度尺），商家應可收取相對的合理金額作為行政費用，該取消權亦應在消費者書面同意並在工程開展後隨即失效。

同時，標準報價單可以加入**另類爭議解決程序**、**付款保障**等，為消費者提供更全面的保障。



建議（二）：設立政府認可的認證制度

認證標準

- 認證標準應涵蓋客觀和主觀類別的核心能力
 - 客觀標準：
可包括安全、財務健康、管理和人力承諾、過往記錄以及爭議解決程序
 - 主觀標準：
可包括客戶滿意度、業務程序和實務、道德和誠信管理



分級認證

- 根據家居裝修公司的經營模式與規模

對行業協會及其他機構進行認證

- 認證計劃對行業協會、網上配對平台和其他私人機構進行認證，再由這些機構負責確保獲得認證的家居裝修公司遵守計劃要求



建議（三）：採用具成本效益和高效率的另類爭議解決機制

消委會建議鼓勵雙方使用另類爭議解決機制來解決爭議，特別是先調解，若不成功，可選擇仲裁或專家裁定



調解

消委會支持以「先調解」的方式處理糾紛

雖然調解員會運用其專業技能協助當事人達成和解，但結果取決於當事人的想法和自由意願



仲裁

提供了最佳的彈性和便利性予消費者

- ✓ 根據《管制免責條款條例》(第71章)，儘管消費者在合約上同意仲裁，他仍然可以選擇向法院提出訴訟以解決爭議
- ✓ 仲裁裁決可以在向法院申請許可後對拒絕履行裁決的公司進行強制執行



專家裁定

將爭議提交給獨立技術專家進行裁定

雖然專家的裁定在合約上對雙方具有約束力，但不能直接在法院登記和執行。尋求執行該裁定的一方必須就該裁定展開法律程序

好處

- ✓ 省時
- ✓ 低成本
- ✓ 穩健
- ✓ 促成和解/含理由的裁決

提供另類爭議解決服務的私人機構

例如：

- ✓ 香港調解資歷評審協會有限公司
- ✓ 香港仲裁公會
- ✓ 香港測量師學會

建議（四）：加強消費者教育

消費者的行動 – 進行家居裝修時參考消費錦囊

消費錦囊

認知和資料搜集

- 索取基本家居裝修知識和了解家居裝修公司之背景

施工前

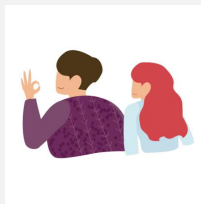
- 比較不同家居裝修公司的報價單，進行改動工程前尋求專業意見

施工期間

- 在答應工程改動前，先要求更新報價單 / 合約

完工及後續跟進

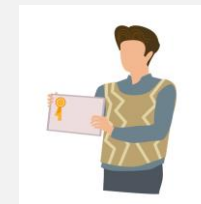
- 細心驗收，有需要時尋求專業協助



持分者的行動 – 分享基本的家居裝修資訊

資訊分享的建議主題

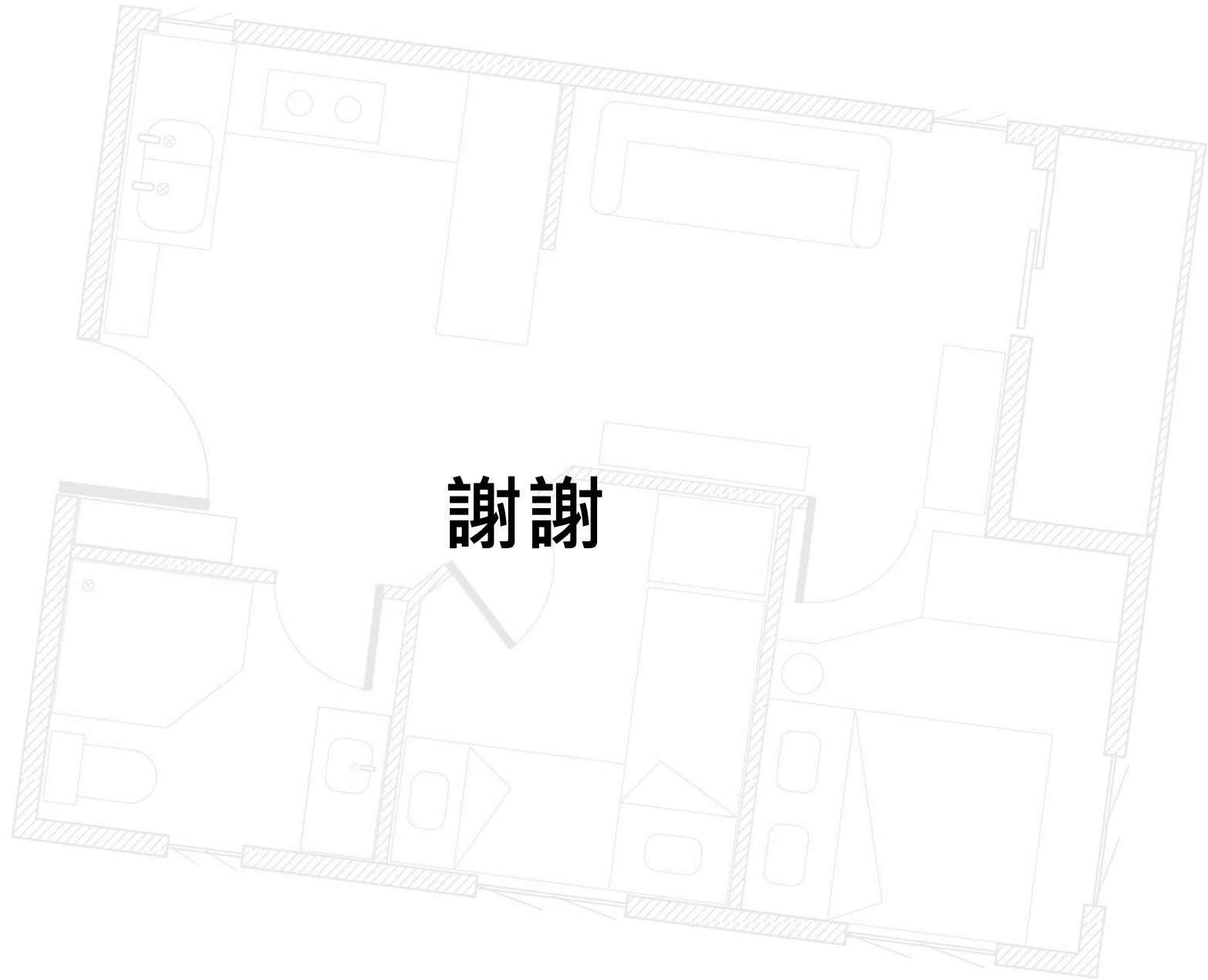
- 常見家居裝修的工作流程
- 典型的家居裝修工程時間表
- 家居裝修合約 / 報價單上的重要事項
- 不同官方計劃中的註冊承辦商名單
- 載有重要相關資訊的網站
- 業主的法律責任
- 現行的行業指引
- 相關的法規和要求
- 對不合規工程的罰則
- 避免和解決爭議的方法



展望將來

- 為了協助消費者實現擁有舒適美滿之家的畢生夢想，消委會認為有必要加強家居裝修行業的監管，以提升消費者保障。
- 消委會呼籲政府、相關法定機構、行業組織、商家和消費者攜手合作，適時實踐上述的建議，確保消費者的家居裝修之旅順利，為消費者締造他們的「夢想家居」。





謝謝