

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

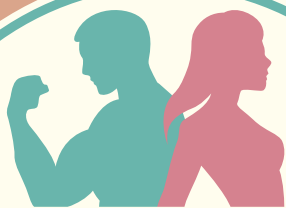
《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

「試做？試玩？」



美容健身服務 隨時中招

個案一：以高勝出機會游說參加獎金過萬的「靚魔女」比賽

劉小姐於A美容院以試做價\$98進行保濕體驗，入房後職員立刻對她說：「妳塊面好乾，依家公司做promo，冇冇興趣加少少錢做「靚魔女」，仲可以參加比賽。」職員不斷推銷「靚魔女」療程的好處在於可無限次免費使用不同美容儀器，之後角逐「靚魔女」比賽，勝出冠、亞、季軍的現金獎分別是\$15萬、\$10萬及\$5萬。職員強調比賽以療程效果的顯著程度為準，指她的皮膚很乾，療程效果將十分顯著，擔保她能勝出比賽，而獎金足以抵銷療程價格。職員同時提到其美容集團旗下每間分店的參賽名額只有10個，現只剩最後1個名額，催促她不要猶豫。

劉小姐考慮後答應參加，按職員指示交出兩張信用卡，簽妥分期文件後，職員着她於平板電腦上簽名，然後將印有電子簽名的銷售合約給她。劉小姐此時細閱合約詳情，才發現除了價值\$21,600的「靚魔女」療程外，合約還包括一個從未提及的價值\$50,400的療程。同樣令她驚訝的是合約寫明療程只有半年有效期，並非職員所述永久無限次使用，更沒有訂明她是「靚魔女」參賽者。劉小姐其後從「靚魔女」比賽單張得悉參賽者必須完成全套療程，而她的療程組合包括約200次療程，即平均每天要做1至2次，她質疑整個療程組合超出實際可能性。劉小姐認為A美容院嚴重誤導消費者，要求

取消交易但遭拒絕，故向本會投訴。

跟進

本會接獲個案後作出調停，要求A美容院考慮劉小姐的要求，其後公司的覆函指出，職員於簽署合約前已與客戶解釋合約詳情及費用，而有關合約及付款方式均得到客戶簽署同意進行，公司強調客戶是於完全清楚及同意合約條款的情況下作出購買決定，重申不會退款，本會最終建議劉小姐或需考慮循其他途徑追討，亦告知她可考慮提交個案予香港海關。

個案二：「刮中有獎」作招徠以分期付款氹顧客

「最後一張刮刮卡！最後一份禮物！」周先生去年於旺角聽到這樣的口號，身邊突然有位女士拉着他並遞上一張刮刮卡。周先生當時沒有留意是什麼公司舉辦的活動，刮卡後獲獎，該女職員帶他到B健身中心聲稱領獎，女職員笑說：「領獎前循例做個體能評估，免費的。」完成評估後，職員指稱周先生有某些健康問題，並逐一分析，接着有一位女職員加入，喋喋不休推銷會籍，數名職員輪流游說後，周先生感到難以脫身，答應購買36個月會籍，職員說如他擔心太貴，可以分期付款，月費平均\$380。

周先生指自己是學生，用信用卡的經驗不多，對「分期」的理解是每

參加美容健身療程，原意是改善外觀和鍛練身體，也可紓緩生活壓力。可是，不良銷售手法會令事情變成一場惡夢。美容及健身行業存在害群之馬，利用不當策略和手法促銷，已非新鮮事，但變化多端的形式和包裝，會使疏於防範的消費者不斷墮入陷阱。2014年，本會接獲投訴美容及健身服務的個案較2013年分別上升5.4%及10.2%。今年首4個月已有395宗涉及美容的投訴，較去年同期上升，而涉及健身的投訴則有156宗；當中有涉及以比賽和抽獎形式，和透過轉換教練促銷服務合約。

月付定額月費予公司，遂順應職員要求交出信用卡及提款卡。當職員遞上3張單據時，他赫然已被收取3年會費共\$13,688，追問「分期」詳情，職員才解釋是客人自行向銀行申請分期還清信用卡款項，並非公司向銀行申請，並出示合約，他有感騎虎難下唯有簽署。過了一會，周先生心有不甘，向中心經理投訴指其職員促使「先付款，後簽約」的做法對消費者不公平，加上事前沒有清楚解釋分期付款詳情，要求取消合約。經理表示會翻看銷售過程的錄影帶看看誰是誰非。翌日，經理告訴周先生職員沒有犯錯，但錄影帶乃公司財物，未能供他查看。周先生無法承擔高昂會費，聯絡本會尋求協助。

跟進

本會得悉B公司建議將3年會籍減至1年，縱使周先生並不滿意，在缺乏佐證下，無奈與B公司達成和解。

個案三：慫恿轉換私人教練促銷新合約

楊小姐一直想減肥修身，於2013年4月首次前往C健身中心試堂，教練F及教練H聲稱為她度身訂造了為期36堂的私人訓練計劃(\$23,760)，但簽約後兩天，便由自稱更資深的教練S及K取代先前的教練，再度為她評估，以及老練口吻告知36堂一定不能助她達至最理想的效果。楊小姐當時已對簽

約後兩天便要求「加堂」表示反感，但礙於教練的專業意見，最終仍簽了第二份84堂合約（\$55,440）。楊小姐往後數月分別跟隨教練S及教練K進行重量及拳擊訓練，每星期訓練3天，每次2小時，然而效果並不顯著。

直至9月，教練K安排「星級」教練G指導楊小姐，經過兩堂特訓後，楊小姐有意跟隨教練G訓練，但教練G卻指他的堂費比一般教練貴，需另外簽約及不能與先前的合約合併，保證不會中途換教練，楊小姐於是與教練G簽訂30堂合約（\$24,000）。經過教練G兩個月的訓練，楊小姐的身型及體重的確有改善，教練G游說她再加30堂。當楊小姐直言有經濟壓力不欲再簽約，教練G即時聲稱可為她爭取只簽24堂，其餘的以第一及第二份合約的堂數代替，幾經游說下她接受教練G的建議，答應購買24堂（\$18,000）。可惜簽新約後不久，教練G離職，公司為楊小姐安排另一位教練，但她對於再度換教練相當不滿，亦質疑公司只安排收費比教練

G低的普通教練，要求退款卻不果。

跟進

C中心引用合約條款，強調合約已列明「若原定服務之教練在任何情況下包括休假、調往其他分店或離職等原因而無法上堂，健身中心會安排另一位具資格之教練上課，客人不可因此要求取消課堂或退款」，堅持不會退款。本會其後得悉楊小姐可接受將餘下合約款項轉為其他服務，本會就此再作調停，公司最後允許將餘下款項用於旗下美容服務，雙方達成和解。

結論

推銷的目的是透過不同的形式、手法、表述，吸引消費者的注意和興趣，促使其作出購買有關服務及/或接受銷售條件的決定。銷售人員有可能會強調，甚或誇大服務好處、成效或優惠，更有可能迴避提及可令消費者作出不購買決定的資

料，到立約後消費者才知聲稱與實際合約內容大有出入，同樣不理想的情況是：服務提供者在提供服務時，只求客戶不斷加單，而非以提供切合消費者需要的優質服務為本。

上述個案的投訴人都是相信職員的口頭承諾而進行交易，及後始發覺實情與職員的聲稱不符。然而「口講無憑」，一旦爭拗發生，銷售合約一般傾向保護服務提供者，對消費者構成不利，最終消費者可能迫於無奈接受並非自己期望的服務。有關美容及健身服務的投訴近年持續不斷，業內的營商手法相信仍存在不少問題。其次，本會亦留意到一些以比賽為名而實質是推銷服務的手法，並不限於女性顧客，因此消費者「扮靚健身」之餘，須要提高警惕和保持冷靜，並以堅定和理智的態度，抵擋不當銷售手法的「魔力」以免蒙受損失。

消費者自保法

- 除了購買項目及費用，美容及健身服務合約設有其他附帶條款，例如服務有效期、更換提供服務人員（如教練）的安排及服務過程中受傷的責任等等。以上條款是左右交易決定的重要考慮因素，因此必須於簽約及/或付款前清楚瞭解合約內容，較有保障的做法是先要求商戶提供合約，待確認與其聲稱或雙方磋商結果一致無誤後，才正式簽署及付款。假若商號拒絕於交易前交代合約詳情，消費者要格外小心及考慮應否繼續進行交易。
- 部分商戶以試玩或中獎作招徠，或以登記為名取去消費者的隨身物品或身份證明文件，目的是使消費者不得不下來，讓職員有機會及時間向他們促銷產品。消費者必須謹記商戶無權扣起他們的個人物品，作為施壓促銷手段，類似銷售行為可能觸犯《商品說明條例》下具威嚇性營業行為的罪行。其次，若遇涉嫌非法禁錮，或消費者感到人身安全受到威脅或財物會有所損失，應即時報警求助，並冷靜地告知警方身處的地址。
- 若銷售人員向消費者隱藏或遺漏重要資料，或以難以理解、含糊或不適時的方式提供產品或服務資料，或以抽獎或比賽隱藏其商

業用意或目的，消費者受此類銷售行為影響而作出交易決定，銷售人員有可能觸犯《商品說明條例》下誤導性遺漏的罪行。

- 銷售人員向消費者作出關於產品的虛假或誤導性的描述，亦可能觸犯「應用虛假商品說明」的罪行。一旦遇上不良營商情況，消費者可向香港海關作出舉報（2545 6182）或聯絡本會協助（2929 2222）。
- 信用卡分期付款性質如同貸款，發卡機構有權接受或拒絕卡戶的申請，如成功批核，發卡機構會為卡戶提供即時貸款，一次過預先代卡戶墊支整筆金額予商戶，其後會按分期申請表上指定的期數，每月收取平均交易款項，卡戶需向發卡機構分期攤還直至整筆供款期滿為止。消費者要留意分期付款合約一般說明定期供款乃卡戶向發卡機構應負的責任，而發卡機構不會介入消費者與商戶發生的糾紛，即使消費者對服務不滿或商戶因倒閉而無法提供服務，卡戶亦可能要繼續償還貸款，因此必須仔細瞭解條款，才決定是否使用分期計劃。
- 美容或健身合約一般涉及預繳式消費，消費者除受合約條款約束，亦有機會要承擔一些不能預期的風險及後果，例如商戶倒閉。因此，消費者在購買時應三思，並按實際需要量力而為，切勿被「着數」蒙蔽而答應大量預繳，造成沉重經濟負擔。