

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。

\$1 + \$18 = \$37 ?

月租優先

月租優先

停車場的常見收費及服務爭議

本港人多車多，對泊車位的需求殷切，而商場亦會推出泊車優惠作招徠，但一些優惠及收費細節卻不盡清晰，不時引致爭議。本會於2017年接獲58宗有關停車場的個案，今年首3個月亦有17宗，投訴性質以收費爭議及服務質素居多，以下例子提醒駕駛人士使用停車場時要留意地方。

個案一：

符合指定消費金額 未能享用泊車優惠

根據A商場的泊車優惠告示，消費者於指定店舖或食肆消費滿\$200或以上，可享有1小時免費泊車，如使用指定信用卡簽帳更額外免費泊車1小時。林小姐當日於A商場指定店舖購買了\$200禮券，並使用指定信用卡簽帳，心想理應享有2小時免費泊車優惠，但當她攜同單據前往客戶服務部辦理手續時，職員卻表示不能藉購買禮券享用免費泊車優惠。林小姐遂與職員理論，強調已符合告示列出的消費條件，要求職員替她辦理手續，職員仍然拒絕，她只好先繳付2小時泊車費\$30。林小姐回家查看A商場網頁有關免費泊車的詳情，亦不見有條款訂明購買禮券不適用於泊車優惠，於是向本會投訴，要求A商場履行泊車優惠的承諾。

跟進

A商場回覆本會時，提供了一些照片解釋已於客戶服務部櫃台展示泊車優惠告示，其中一項條款已說明泊車優惠並不適

用於在商商店舖購買禮券的消費，此外，A商場網頁亦列明泊車優惠「受條款及細則限制」。從A商場提供的照片所見，本會留意到置於客戶服務部櫃台上面面向消費者的告示，印有指定店舖名稱及消費金額等換領詳情，然而，印有關於購買禮券及其他相關「條款及細則」的告示則平放於客戶服務部較為不起眼的另一端，在此情況下，消費者未必留意到泊車優惠尚有其他條款限制。故此，本會建議A商場將泊車優惠換領詳情及所有附帶條款置於客戶服務部同一當眼位置，以便消費者同時閱覽所有條款細則，避免產生不必要的消費糾紛。

個案二：

收費寫法及計算方法欠清晰

某星期日，李小姐將車輛停泊於B停車場，根據停車場之時租收費告示，於星期日及公眾假期的訪客車輛泊車收費是「首半小時收費\$1」及「之後每小時\$18」。李小姐當日停泊了1小時20分鐘，她心目中預計泊車費為\$19，豈料駛離停車場時，拍卡付款機所顯示的收費卻是\$37。由於不想阻礙

其他車輛，李小姐只好取回收據便離去。事後她再次細閱該時租收費告示，認為自己對其收費方式的理解無誤，收費應該是\$19，可是B停車場堅稱電腦處理的收費不會出錯，雙方理論無果，李小姐於是聯絡本會，要求B停車場解釋其收費計算方法。

跟進

據B停車場解釋，每次車輛進場須支付入場費\$1，訪客享有半小時免費停車，若超出半小時，則須繳付停車場標準收費每小時\$18，金額由進場時間開始計算。B停車場聲稱開口置有入場費的告示，並且由電腦系統記錄及計算停泊時間，根據停車場條款停泊不足1小時亦作1小時計，李小姐停泊1小時20分鐘須收取2小時泊車費，即\$36並加上入場費\$1，故此收費正確。李小姐對回覆感到無奈，她重申時租收費告示沒有提及入場費，其寫法容易令人混淆，本會亦認為該收費告示之用詞可能令消費者產生不同的理解，故此提醒B停車場須作檢討，後來B停車場採納本會意見改善了相關用詞。



個案三： 「月租」用戶亦要排隊輪候

張先生為C停車場之月租用戶，月租費\$2,700，最近發現C停車場入口經常出現車龍，必須排隊等候車輛駛出方可按次序進場，張先生指情況於周末及假日尤為嚴重，輪候時間往往近半小時，非常不便。張先生認為停車場的安排對月租用戶不公平，月租用戶事先繳交月租泊車費，理應是任何時間返回停車場都可以即時泊位，停車場應該預留足夠車位予月租用戶。由於多次向C停車場投訴後情況亦未見改善，張先生於是向本會投訴，要求C停車場作出適切跟進。

跟進

本會去信轉達張先生的不滿後，C停車場回覆表示已記錄有關情況並作出檢討，聲稱一般正常情況下，停車場於繁忙時段會安排職員於出入口維持秩序，並會安排月租用戶優先使用停車場，如果月租用戶遇上問題，可以向當值職員要求協助。本會後來接獲張先生通知，他表示對C停車場的服務感到失望，已決定不再使用。

個案四： 停車場天花滴下污物 車輛受損

梁先生返回D停車場取車時，發現車身及車窗玻璃有污漬及受損，他懷疑是停車場天花滴下腐蝕性液體所致，即時向職員投訴。D車場職員初時提議梁先生將車輛留下，公司會安排技工替他維修，他聽從職員建議留下車輛，可是傍晚返回取車時，職員卻指未能成功維修，建議他考慮先找車房維修。梁先生只好先支付\$168泊車費離開，數天後取得車房報價維修費約\$1萬，據梁先生所述，他是得到D停車場口頭同意把車輛交由該車房維修，及接受該報價，他才落實維修及支付維修費，可是D停車場管理公司後來通知他，聲稱保險公司經核查後，拒絕其維修申索。梁先生對結果非常不滿，他告知本會D停車場早前封閉了該車位進行維修，顯然是車位出現問題，理應負責其維修費用，要求本會協助調停。

跟進

D停車場回覆本會表示與梁先生商討後，雙方已達成和解，個案經已圓滿解決。

總結

使用停車場須受不少停車場條款及細則約束，然而，駕駛人士一般不可能於進入停車場的瞬間，閱讀置於停車場出入口位置的密密麻麻的條款，尤其並非經常使用同一停車場的駕駛人士，未必完全瞭解停車場的使用條款，及至發生爭議，停車場往往引用條款作為理據，這難免令消費者感到無奈和受到不公平的對待。



出入停車場的短短瞬間，駕駛人士難以閱讀置於出入口位置的密密麻麻的條款。

給駕駛人士之建議

- 如欲使用商場消費泊車優惠，駕駛人士必須仔細閱讀相關優惠的條款，除了留意消費店舖種類、消費金額及適用時段外，亦要注意是否適用於現金付款，抑或電子消費方式。若有疑問，應向相關職員瞭解，如須前往客戶服務部辦理泊車優惠，要留意其辦公時間，以免錯過辦理手續。
- 停車場或設立不同時段的泊車收費及優惠，例如日泊/夜泊，個別停車場更可能設有最低消費，駕駛人士要留意收費的細節，注意收費計算的時間單位，較穩妥的做法是先登入停車場或商場網頁，閱覽泊車費詳情。
- 如欲長期租用停車場車位，例如月租/季租用戶，簽訂租約前必須瞭解所租用的是固定車位抑或浮動車位，如屬浮動車位，應瞭解停車場有否劃分只供長租用戶使用的車位及其數量，以及合約條款有否說明長租用戶享有優先使用停車場的權利，否則，停車場車位一旦泊滿，長租用戶亦可能與時租用戶一樣，需要輪候車位。
- 除了一般涉及泊車費的條款，停車場使用條款亦涵蓋例如遺失泊車票、誤泊罰款、車輛受損、車輛或車輛內財物失竊等權責問題，駕駛人士要多加留意。如停泊期間車輛受損，應即時拍下照片及通知停車場職員，並向職員瞭解往後的跟進及維修責任等問題，如有需要，亦可諮詢獨立法律意見，保障自身權益。

給停車場及其管理公司之建議

- 泊車優惠及收費計算方式，對停車場使用者而言尤為重要，停車場有責任以直接及清晰的字眼說明其泊車收費，以免消費者對其收費措施產生不同理解，衍生不必要的誤會，停車場並且應於多個當眼處展示所有重要條款。
- 如長租車位以浮動車位形式出租，停車場管理公司應提高相關資訊的透明度，例如場內供長租用戶使用之車位數量、已登記之長租用戶數量及說明長租用戶使用車場之權利，以便消費者選用長租服務前先衡量相關供應量。管理公司亦應定期檢視各類車位的實際泊車需求，因應實際車位數量及實際泊車需求作出適當安排，切勿只求賺取利潤而接收過多的長租車位用戶，引致求過於供而衍生消費糾紛。