

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。

去年台灣「八仙塵爆」意外，喚醒各界關注大型遊樂活動的安全。本港亦不時舉辦嘉年華、賽跑活動及音樂會等大型戶外活動，近年並且有公司引入新興玩意，於工業大廈內開設大型遊樂設施，成為不少市民的消閒活動。然而過去三年，本會平均每年接獲約60宗涉及大型遊樂活動的投訴，當中有關服務質素的佔最多，亦有消費者關注遊樂活動潛藏的安全問題。



大型遊樂活動

貨不對辦

安全現

個案一：跳彈床受傷 揭示場地規管需改善

數月前，楊小姐的兒子參加A公司的室內跳彈床活動，活動中段，其兒子失去平衡，不慎撞向彈床邊緣，頭部擦傷需送院治理。楊小姐指頭部受傷可大可小，其後亦向陪同兒子的家傭查問事發經過，家傭指購票時要求閱讀電腦屏幕上的英文條款，點選同意後方可進場，家傭指他們沒有獲發該同意書副本，只記得內容大概是A公司豁免所有責任。家傭指當時場內參加者眾多，但場內職員不多，亦不見有導師指導。楊小姐之前亦聽聞數宗同類型跳彈床活動意外的報道，想不到兒子真的因此受傷。

楊小姐斥責A公司沒有盡力確保參加者安全，卻規定參加者需事先同意於任何情況下都不向A公司索償，該些條款明顯只保障公司，對消費者完全不利。楊小姐指一旦發生意外，A公司理所當然以免責條款為其「擋箭牌」，參加者亦有可能誤以為簽名同意後，便喪失索償的權利，最終消費者得不到保障，她要求本會關注此類型活動的安全及提醒消費者有關風險。

跟進

本會接獲個案後，去信食物環境衛生署瞭解此類室內活動的牌照事宜，該署回覆指任何人士如欲經營或使用公眾娛樂

場所，必須根據《公眾娛樂場所條例》（第172章）（《條例》）向食環署署長申領牌照。《條例》訂立的主要目的，是要保障公眾人士在公眾聚集的娛樂場所中的安全和秩序，包括消防安全、樓宇安全、機電設備、通風設備、人流管理及衛生等。然而，跳彈床活動並不屬於《條例》附表一中所定義的「娛樂」項目或活動，因此不在上述牌照管制之下。另外，該署亦表示彈床屬於運動設施，相關國際體育聯會已就有關的比賽活動訂下設施標準和使用指引，並列出認可器材供應商的資料。若該類型設施作為康樂用途，有關遊樂場營運者及相關場地管理人員或業主應參考有關設施的安全設置及使用指引，如有需要，應聘請合資格人士指導使用者正確的操作及使用方法。

然而，本會瞭解到同類型跳彈床活動於英國是需要領牌及符合牌照規定，早前亦有報道指英國一個跳彈床樂園，於三星期內接連發生100宗意外，調查發現該樂園未有領牌，於是該樂園應有關部門要求暫時停業，待作出改善後才繼續開放（<http://www.bbc.com/news/uk-scotland-edinburgh-east-fife-31620471>）。可見此類公眾參與的遊樂活動，涉及公眾利益及安全，本會建議有關部門考慮修訂相關條例，予以適當監管。

個案二：「無限玩」門票名不符實

謝先生早前得悉戶外滑梯活動將會來港舉辦，早已相約朋友參加並購買最貴的\$480晚間無限玩門票。活動當日，謝先生與朋友於下午5時正入場排隊，約1小時後有工作人員舉牌示意日場門票人士的活動時間延長至晚上10時，由於排隊人數太多，他們等了近2小時才成功滑了1次。至晚上8時，大會終於要求持日場門票人士離場，正當他們以為輪候時間會縮短之際，大會竟於晚上9時宣布「截龍」，正準備再排隊的謝先生即時投訴大會隨意更改時間，可是職員指需要下班未能回應其訴求。

謝先生翌日向活動主辦商B投訴，然而他並不接受主辦商送贈一件活動T恤及防水袋作為補償，他向本會投訴主辦商安排失當，對購買「無限玩」門票的人士不公平，強調活動網頁列明各種門票的票價及活動時段，所有日間門票列明於下午5時或6時完場，代表6時後應只有持晚間門票人士進行活動，但主辦商突然延長日間門票活動時間及提早「截龍」，變相削減持晚間門票人士的活動時間。他不忿購買了標榜「無限玩」的門票，但實際只玩了2次，待遇比付\$320購買3次體驗門票更差，因此要求本會協助他與朋友各退回一半費用。

跟進

謝先生作出投訴後不久，便通知本會主辦商B已答應退款，毋須再作跟進。



隱憂

個案三：跑步活動賽道大縮水

周先生於2014年10月報名參加一個夜間跑步活動，事前亦有瀏覽網站介紹該活動設有「不少於5公里」的賽道，正好適合愛好中量級運動的他。活動於2014年11月下旬舉行，周先生當日與朋友領取大會T恤及熒光手環後，便耐心等待開步禮，場內亦有不少參加者，豈料起跑後只花了約10分鐘便完成整條賽道，他隨即查看運動手錶的紀錄，發現剛才只跑了約0.8公里。周先生曾向主辦商C反映活動失實，職員提出可免費為他報名參加下一次同類型活動，但他拒絕接受。周先生向本會投訴時指出，該活動於世界各地亦有舉辦，而其他地方的賽道並非如此，不知是否受附近封路影響，但他直言附近路段封路已近兩個月，主辦商有充足時間考慮是否需要改期或更改地點，而不是勉強安排一條不足1公里的賽道敷衍了事。他指活動以跑步作為賣點，實際路程卻與「不少於5公里」相差甚遠，其他夜光布置及遊戲亦欠水準，認為收取 \$700報名費不合理，要求全數退款。

跟進

本會接獲個案後致函主辦商C，不久，周先生通知本會，表示已獲安排全數退款。

總結

相約三五知己玩樂，當然期望留下歡樂回憶，然而活動質素好壞，往往與活動主辦商的經驗及管理能力的掛鉤。本會留意到部分遊樂活動被批評物非所值，問題多源自主辦商管理及安排不當所致，尤其是大型戶外活動較易受到天氣或突發情況等外來因素影響。因此，主辦商應預早因應不同情況制訂應變措施，例如設立退款機制以應付突發情況，亦要特別留意場地及人流控制，使活動順暢舉行，消費者得到安全和稱心滿意的服務。

另一方面，主辦商與消費者的溝通至為重要，遇有突發事故，主辦商應即時向消費者發放訊息，例如於其網頁或其他宣傳平台更新活動的最新消息，假若活動當日或進行期間才改動活動細節，難免令參加者難以適從。主辦商應確保活動實際內容與廣告或宣傳一致，否則有可能被視為應用虛假商品說明，觸犯《商品說明條例》。另外，不論室內或戶外活動，均有機會發生意外，儘管部分遊樂活動暫未需要申領特定牌照，主辦商有責任確保活動場地符合消防、機電及土地用途等法規，並必須承擔因其疏忽而引致個人傷亡的法律責任。

消費提示

本會對消費者有以下提示：

- **評估場地安全及風險：**一些涉及肢體活動的項目，例如跳躍及追逐等活動，容易發生碰撞，如參加者事前沒有進行適當熱身，亦有可能增加受傷的機會。因此，消費者決定報名前，應瞭解該活動所需的體能要求和自己的身體狀況。假如活動只容許兒童參與，如時間容許，家長應事前前往活動場地視察及衡量其安全性，或查詢有關保障安全的細節。此外，任何年齡的參與者都應注意：職員與參加者的人數比例、是否設有在場導師、場地設施的安全性、救傷設備是否齊備及主辦商有否購買第三者責任保險等。
- **「免責條款」並非完全免責：**一些主辦商企圖利用免責條款逃避責任，尤其針對消費者因使用其遊戲設施或參與其活動時受傷或死亡所引起的法律責任。然而，《管制免責條款條例》第七條訂明因疏忽而引致他人死亡或人身傷害的法律責任不得以合約條款或告示來卸除及局限。另外，有些條款禁止消費者向第三方作出直接或間接提出投訴，這類條款可能使消費者誤以為他們不可以作出投訴，是很有可能因不合情理而被視為無效。因此，消費者如不幸於活動發生意外，應妥善保留相關單據及醫療證明，以備有需要時作為索償的憑據。
- **留意主辦商的資料：**現時大部分遊樂活動設有網頁，亦以網上付款為主，曾有消費者表示活動完結後，發現該活動網頁已刪除，無法瀏覽，因此無法取得活動主辦商的聯絡資料。有見及此，消費者宜於決定報名前，仔細閱讀網頁內容，掌握主辦商的聯絡資料，留意因應特別情況（例如天氣或突發事故）影響下之活動安排，及是否設有退款機制，主辦商亦應於活動網頁內提供聯絡地址及電話等資料。消費者應保留報名確認及付款紀錄，假若發生爭議而未能自行與活動主辦商解決，亦可聯絡本會要求協助。

