

# 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。

## 加強對儲值支付產品的監管

近年，隨着科技的高速發展，普羅大眾對新技術帶來創新的零售支付方式，漸趨接受。相信不少消費者已嘗試過，甚至經常在互聯網上進行各式各樣的買賣交易。在為消費者帶來方便的同時，我們亦留意到新技術所衍生的潛在風險，並希望政府及有關當局能對此防患於未然，避免消費者蒙受損失。

### 建議加強監管制度

去年年中，財經事務及庫務局和香港金融管理局（金管局）就香港儲值支付產品及零售支付系統的建議監管制度發表諮詢文件（諮詢文件），建議加強現行的監管制度，賦權金管局，就儲值支付產品（包括預付卡、以流動電話或電腦網絡帳戶為基礎的預付產品）及零售支付系統履行發牌、指定、監管及執法的職能。

金管局表示，優化監管制度的目標主要有三方面：1. 加強儲值支付產品在香港運作的安全和穩健性；2. 保障用戶注入儲值支付產品的儲值金額，防止損失；3. 為市場參與者提供清晰的法律框架和有效的監管制度，促進零售支付服務的創新和發展。

### 何謂儲值支付產品？

根據諮詢文件，儲值支付產品可按其使用範圍分為兩大類，即多用途及單一用途儲值支付產品。多用途儲值支付產品，可於指定地方及銷售點用以支付參與商戶提供的貨品及服務。而單一用途儲值支付產品，只用以支付同時作為該儲值支付產品發行人的商戶所提供的貨品及服務。

舉例來說，市民現時常用的八達通系統，在1997年面世初時，只適用於一些公共交通工具，屬於單一用途儲值支付產品。其後在2000年，八達通獲金管局簽發「接受存款公司」牌照，讓八達通得以擴展至更多不同種類的應用範疇，尤其是零售業，才演變為多用途儲值支付產品。其他例子包括一些儲值於流動電話網絡帳戶或電腦網絡帳戶的產品，而該等產品的儲值金額可用於支付貨品及服務。

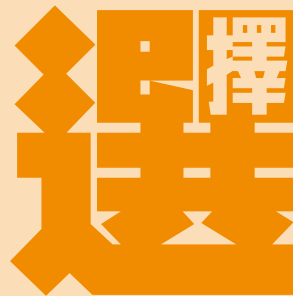
### 未來將擴大監管範圍

簡單而言，現行《銀行業條例》設有多用途儲值卡的監管制度，監管以裝置為基礎的儲值支付產品。諮詢文件建議的新儲值支付產品發牌制度，將監管的涵蓋範圍，擴展至不以硬件裝置為基礎的儲值支付產品，例如以電腦網絡帳戶為基礎的。現行《銀行業條例》下的多用途儲值卡監管制度將過渡至經修訂後的《結算及交收系統條例》。當局希望於今年稍後將有關的修例提交立法會審理。

### 我們的意見

我們留意到現行監管制度的不足，對不以硬件裝置為基礎的儲值支付產品，例如對以流動電話或電腦網絡帳戶為基礎的預付產品，缺乏監管。對建議中新的監管制度，我們原則上予以支持，並相信新制度能提高多用途儲值支付產品在儲值金額方面的保障，對消費者有利。但我們同時留意到，不論在現行或建議中新的監管制度下，單一用途儲值支付產品均缺乏監管，例如百貨公司發出的預付禮券和加油站的優惠計劃，當中涉及預繳式消費和單一用途儲值卡的普及性和流通量。我們認為，對保障消費者來說，是否須監管，應取決於單一用途儲值支付產品的規模及潛在風險。我們建議有關當局可考慮為單一用途儲值支付產品所涉及的金額設上限，超越上限便應納入監管範圍內，以加強保障消費者的權益。

剛過去的3月15日，是每年一度的全球消費者權益日。我們期望在未來的日子，香港消費者的權益保障在不斷轉變的環境中與時並進。



封面人物：王君馨

### 消費者委員會出版

地址：香港北角渣華道191號嘉華國際中心22樓  
電話：2856 3113  
投訴及諮詢熱線電話：2929 2222  
圖文傳真：2856 3611  
電郵：choice@consumer.org.hk  
網址：www.consumer.org.hk  
印刷：百樂門印刷有限公司

《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。

訂閱電話  
2856 3123  
3173 9488



P.20



P.27



P.40



P.46

## 封面專題

- 4 32吋電視機畫質高下立判  
13款音質令人失望

## 測試報告

- 15 測試暖風乾衣架 乾衣效果差強人意

## 市場速報

- 20 電動/煤氣乾衣機選購全攻略  
36 LED燈泡光效愈高愈慳電

## 理財有方

- 27 審視24個私人貸款計劃  
小心借貸條款和中介公司

## 消費權益

- 32 小心私隱！  
手機通訊程式有權存取用戶資料

## 消費提示

- 40 輕巧鋒利陶瓷刀使用宜忌  
42 使用交友配對網站服務  
留神被自動續會  
26 新增1間店舖涉售賣偽冒藥物被定罪

## 投訴實錄

- 46 提防家居搬運服務坐地起價



## LED燈泡光效愈高愈慳電

家居照明對營造氛圍固然重要，消費者同樣關心的還有燈泡是否耐用、慳電，近年逐漸多人使用LED燈泡，優點是較為耐用及省電。我們搜集了11個品牌的LED燈泡資料，消費者選購前可先做功課比較一下。

p.36



## 測試暖風乾衣架 乾衣效果差強人意

踏入黃梅季節，天氣潮濕，洗淨了的衣物久久未乾，沒有乾衣機或抽濕機的用戶會感到煩惱，不少人對新興的暖風乾衣架深感興趣。究竟只需數百元的暖風乾衣架的乾衣效果是否理想？耗電表現如何？是否方便使用？

p.15

## 32吋電視機畫質高下立判 13款音質令人失望

測試了19款電視機，發現畫質高下立見，音質大多欠佳；具有3D顯示能力的5款型號中，2款表現較好，立體影像深度效果不錯。

上網與日常生活幾已不可分割，具有上網功能的智能電視自有其魅力。7款型號可稱作智能電視，設有多種應用程式，可透過網絡甚或Wi-Fi上網。

p.4