

# 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。

# 超市購物留意價格標示 提防多收或誤導

到超市購物，可說是現代生活不可或缺的一環。惟有消費者向本會投訴，購物後查閱單據時，發現超市實際收取的價格較貨架標示的高，但在反映後超市願意退回差價。這種情況是否普遍？我們在15個超市銷售點購物21次，所購買的252項貨品中，18項發現單據所列之價格與貨架所標示的不符，當中三分之二是超收，其餘三分之一則少收了貨款。

貨品減價，消費者慣常會比較新舊價錢，價錢牌上所見被刪除的價格一般會被理解為「原價」。若然超市不曾以該「原價」出售貨品，有機會構成誤導。為此，我們在3個超市銷售點進行為期一個月的簡單抽查，檢視了超市出售的12款熱門貨品以刪除價格手法促銷的情況。

減價促銷，對消費者來說，相比其他推廣手法，來得直接也更受落。故本會也抽樣調查貨架上標示了特價、優惠價等字眼的貨品，發現有些貨品的減幅其實微不足道，最少的只有0.1%！



## 價格誤差—掃描價格與貨架標價不符

超市會因應競爭情況、市場環境和營銷策略，經常更改不同貨品的價格。由於超市所售賣的貨品種類繁多，同一件貨品在貨架或其他地方展示的價格與收銀處掃描條碼顯示的價格出現不一致的情況，時有發生。

是次調查觀察的銷售點及所購買的貨品數量有限，故調查所得僅可作個別銷售情況的參考，不足以引伸為全港超市各銷售點的整體問題。

## 購物實證：12項貨品多收貨價 6項少收

今年6月至7月期間，本會在5家連鎖超市集團的15個銷售點進行觀察以及購

物交易共21次。每次交易均抽樣購買12項在貨架價錢牌上顯示為減價的貨品，查看消費者最終支付的價格是否與所標示的減價價格一致。21次購物交易中，12次（57%）交易內的18項貨品（佔21次交易所購買貨品總數252項的7%）出現價格誤差，其中12項貨品於收銀處經條碼掃描器掃描後，在收銀機打印出來的收據上顯示的價格（「實收價」）比貨架標示的價格（「標示價」）為高，幅度由4.2%至90%，金額差異則由\$0.4至\$9.1；另一方面，6項貨品的實收價比標示價為低，幅度由-5.6%至-50.3%，金額差異則由-\$1至-\$9。詳細資料載於表一。

不論實收價比標示價高抑或低，消費者的權益均受影響。

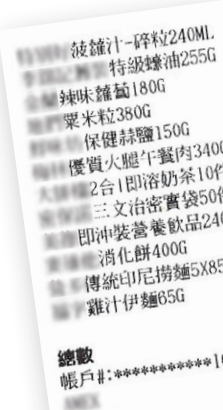
若實收價比標示價高，而消費者付款

時毫不知情，對消費者的權益可能構成以下損害：

1. 損害消費者作出知情選擇的權利；
2. 影響消費者的購買決定，若消費者知道貨品的實收價，可能選擇購買其他貨品或延遲購買；
3. 消費者原意是按標示價購買，但實際支付的比標示價為多，這有違消費者的購買意願，因消費者要付出較多金錢購買有關貨品，變相蒙受金錢上的損失。

另一方面，若實收價比標示價為低，而實收價沒有在貨架價錢牌上展示，消費者無從得知，因此：

1. 在不準確的消費訊息下，不能作出自己認為合適的相應購買行動；



表一：調查發現在超市出現的價格誤差情況

|    | 貨品名稱 [1]  | 貨架<br>標示價 [2] | 收銀處<br>實收價 [2] | 誤差 [3]   |          |
|----|---|---------------|----------------|----------|----------|
|    |   |               |                | 金額       | 百分比      |
| 1  | Aji-Shio 味鹽 110克                                | \$14.9        | \$15.9         | +\$1.0   | +6.7%    |
| 2  | Arrogent Frog Cabernet - Merlot 187.5ml         | \$19.0        | \$10.0         | (-\$9.0) | (-47.4%) |
| 3  | Fudgee Barr 特濃牛奶軟心蛋糕 210克                       | \$11.9        | \$10.9         | (-\$1.0) | (-8.4%)  |
| 4  | Gallo Family Pinot Grigio 187ml                 | \$10.0        | \$19.0         | +\$9.0   | +90.0%   |
| 5  | Gallo Family Vineyards Cabernet Sauvignon 187ml | \$10.0        | \$19.0         | +\$9.0   | +90.0%   |
| 6  | Morinaga Ottotto Biscuit 38g                    | \$15.9        | \$7.9          | (-\$8.0) | (-50.3%) |
| 7  | 三角粟菜油沙甸魚 125克                                   | \$7.9         | \$12.9         | +\$5.0   | +63.3%   |
| 8  | 伊豆山葵屋日式芥辣 45克                                   | \$17.9        | \$16.9         | (-\$1.0) | (-5.6%)  |
| 9  | 好侍咖喱屋 (中辛) 200克                                 | \$12.9        | \$13.9         | +\$1.0   | +7.8%    |
| 10 | 好侍咖喱屋 (甘口) 200克                                 | \$12.9        | \$13.9         | +\$1.0   | +7.8%    |
| 11 | 法國聖桃園迷你果醬 28克 x 3                               | \$17.5        | \$15.9         | (-\$1.6) | (-9.1%)  |
| 12 | 保衛爾滋味湯料 115克                                    | \$29.9        | \$32.1         | +\$2.2   | +7.4%    |
| 13 | 家樂牌雞粉 273克                                      | \$16.8        | \$25.9         | +\$9.1   | +54.2%   |
| 14 | 珠江橋牌廣東米酒 250毫升                                  | \$9.5         | \$9.9          | +\$0.4   | +4.2%    |
| 15 | 維他奶豆奶 330毫升                                     | \$4.0         | \$6.0          | +\$2.0   | +50.0%   |
| 16 | 鮮味坊純天然蒜鹽 150克                                   | \$7.5         | \$8.4          | +\$0.9   | +12.0%   |
| 17 | 蘋果西打 330毫升                                      | \$6.0         | \$8.9          | +\$2.9   | +48.3%   |
| 18 | 鑽石錫紙 25呎  | \$14.9        | \$13.9         | (-\$1.0) | (-6.7%)  |

- 註 [1] 貨品按其名稱的字母 / 筆劃排序。  
 [2] 本會於今年6月至7月期間在5家連鎖超市集團的15個銷售點購買總數252項貨品時，在貨架所見及其後支付的價格，實收價為購買時所獲發單據上顯示的價格。  
 [3] 以貨架標示價作為依據，正數表示實收價高於貨架標示價，括弧內的負數代表實收價低於標示價。

## 價格誤差的規管

許多國家對價格誤差在法律及自我規管方面都有所管制。

在澳洲，《澳洲消費者法》(Australian Consumer Law) 第47條訂明，若同一貨品同時以不同價格展示，該貨品必須以最低的展示價格 (displayed price) 銷售。另一方面，澳洲全國零售業協會 (Australian National Retailer Association) 實施自願性的《超市電腦化結帳系統營商守則》(Code of Practice for Computerised Checkout Systems in Supermarkets)。若貨品在收銀處的顯示或在收據上列出的價格比貨架上展示的價格為高，而貨品在50澳元以下，顧客可免費獲得該貨品一件。在購買多件貨品的情況下，若各貨品附有同一條碼，而掃描出來的實收價比貨架展示的為高時，顧客可免費獲得第一件掃描的貨品，其餘的貨品則以貨架價 (即較低價) 結算。

加拿大的聯邦法例並沒有規管經掃描下得出價格的準確性 (price-scanning accuracy)，然而加拿大競爭局批出《掃描器價格準確性自願參與守則》(Scanner Price Accuracy Voluntary Code)，該守則得到四大雜貨及藥品零售協會的參與，當中訂明參與商戶因應價格誤差須向顧客提供的補償機制，並要求參與商戶承諾貨品的價格標示與掃描價格一致。在該守則下，當沒附有價錢標籤的貨品經條碼掃描後，如顯示的價格比貨架上的標示價或其他展示價格為高，而貨價低於10加元時，顧客可免費獲得該貨品一件，若貨價等同或高於10元則可獲10元折扣；若一件附有價錢標籤的貨品的實收價有異於貨架標示的價格，則以兩者中較低的為準；此外，當多件相同貨品出現價格誤差，則第一件貨品免費，其餘貨品以正確價錢出售予顧客。

在內地，當貨品結算的價格高於貨架或其他地方展示的價格時，會被視為「以低價招徠顧客並以高價結算」的價格欺詐

2. 損害消費者知情選擇的權利，若消費者預早知道較低的實收價，沒打算以原價購買的消費者也可能購買，而本來已打算購買的則可能會增加購買的數量。

## 退款機制

調查期間，本會職員購物後，會即場檢查收據，當發現被多收款項時，會立刻向收銀員追討差價，藉此瞭解各超市的退款機制。綜合本會是次調查經驗，當顧客質疑價格不符時，超市普遍的處理方法是由職員查看貨架上的價錢標示牌，若發現真的有誤差，便把價錢標示牌從貨架上拿到收銀處，替顧客辦理退款。由此觀之，消費者如非當場發現多收了貨款，過後才追討便有機會遇上困難，超市或否認曾經出錯，屆時超市也可能已標示了新的價格，令消費者苦無證據支持其說法。



表二：12款貨品在3個超市銷售點的刪除價格情況（7月份）

|           |     | 標示上的<br>刪除價格<br>[1] | 標示的售價        |               |                         |
|-----------|-----|---------------------|--------------|---------------|-------------------------|
|           |     |                     | 全月平均價<br>[2] | 曾否有<br>變動 [3] | 曾否以<br>刪除價格<br>作為售價 [4] |
| 三支裝花生油    | 超市一 | \$158.9             | \$95.1       | ▲ (4)         | —                       |
|           | 超市二 | \$149.9             | \$96.1       | ▲ (2)         |                         |
|           | 超市三 | \$149.9             | \$93.9       | ▲ (1)         |                         |
| 8公斤香米     | 超市一 | \$124.5             | \$91.8       | ▲ (4)         | —                       |
|           | 超市二 | \$119.5             | \$89.6       | ▲ (2)         |                         |
|           | 超市三 | \$96.9              | \$91.4       | ▲ (4)         | ✓ (5)                   |
| 五包裝即食麵    | 超市一 | \$32.5              | \$21.1       | ▲ (5)         | —                       |
|           | 超市二 | \$32.5              | \$20.4       | ▲ (5)         |                         |
|           | 超市三 | \$32.5              | \$21.2       | ▲ (2)         |                         |
| 九包裝曲奇     | 超市一 | \$25.5              | \$20.4       | ▲ (3)         | ✓ (7)                   |
|           | 超市二 | \$25.5              | \$18.1       | ▲ (5)         | —                       |
|           | 超市三 | \$25.5              | \$19.4       | ▲ (2)         | ✓ (3)                   |
| 510克蠔油    | 超市一 | \$41.9              | \$33.6       | ▲ (4)         | —                       |
|           | 超市二 | \$41.9              | \$33.2       | ▲ (5)         |                         |
|           | 超市三 | \$56.5              | \$34.3       | ▲ (1)         |                         |
| 227克豆豉鯪魚  | 超市一 | \$29.2              | \$22.5       | ▲ (5)         | ✓ (1)                   |
|           | 超市二 | \$29.2              | \$22.6       | ▲ (4)         | —                       |
|           | 超市三 | \$29.3              | \$21.9       | ■             |                         |
| 198克火腿豬肉  | 超市一 | \$21.3              | \$12.9       | ■             | —                       |
|           | 超市二 | \$21.3              | \$13.2       | ▲ (4)         |                         |
|           | 超市三 | \$17.9              | \$13.3       | ▲ (4)         | ✓ (8)                   |
| 836克菠蘿片   | 超市一 | \$23.7              | \$16.9       | ■             | —                       |
|           | 超市二 | \$23.7              | \$16.9       | ■             |                         |
|           | 超市三 | \$23.9              | \$17.0       | ▲ (3)         | ✓ (3)                   |
| 150毫升麻油   | 超市一 | \$13.9              | \$11.7       | ▲ (2)         | —                       |
|           | 超市二 | \$13.9              | \$11.4       | ▲ (1)         |                         |
|           | 超市三 | \$15.9              | \$10.9       | ■             |                         |
| 六包裝豆奶     | 超市一 | \$26.6              | \$17.8       | ▲ (4)         | —                       |
|           | 超市二 | \$20.5              | \$18.0       | ▲ (2)         |                         |
|           | 超市三 | \$23.5              | \$18.0       | ▲ (2)         |                         |
| 八罐裝可樂     | 超市一 | \$51.3              | \$26.9       | ■             | —                       |
|           | 超市二 | \$48.3              | \$26.5       | ▲ (3)         |                         |
|           | 超市三 | /                   | \$26.9       | ■             | /                       |
| 1公升黑加侖子飲品 | 超市一 | \$41.9              | \$33.8       | ▲ (1)         | —                       |
|           | 超市二 | \$41.9              | \$33.8       | ▲ (1)         |                         |
|           | 超市三 | 沒有售賣該貨品             |              |               |                         |

- 註 / 代表在調查期間貨品只標示一個價格  
▲ 代表在調查期間貨品售價曾經有變動  
■ 代表在調查期間貨品售價沒有變動  
— 代表未曾以刪除價格作為售價  
✓ 代表曾經以刪除價格作為售價  
[1] 刪除價格資料為本會於今年7月在3家大型連鎖超市的3個銷售點調查所得。  
[2] 全月平均價資料為本會於今年7月連續31日在該3個銷售點調查時貨架價錢牌上標示的售價的平均數。  
[3] 括弧內的數字為貨品售價在調查期間錄得的變動次數。  
[4] 括弧內的數字為貨品在調查期間曾經以刪除價格作為售價的日數。

行為。《價格法》第14條規定，經營者不得利用虛假的或者使人誤解的價格手段，誘騙消費者或者其他經營者與其進行交易。2011年，家樂福和沃爾瑪的19家超市因作出包括「低標價高結算」的價格欺詐行為，被國家發展和改革委員會罰款共950萬元人民幣。及後家樂福和沃爾瑪承諾，如貨品出現價格誤差，超市會以結算和標示價格差額的5倍金額作為賠償。

## 改善建議

本會認為多收貨款會損害消費者的權益，以及影響顧客的忠誠度，建議商戶實行較簡單的價格改動措施，當一件貨品的價格上調時，商戶可考慮先更新貨架上的價格標示，然後才調升收銀處的實收價，而當價格下調時，則應先更新收銀處的實收價，然後才調整貨架上的標示價。這樣可確保在出現任何價格誤差時，都不會令顧客有所損失而引致追討。

此外，為盡量減低價格誤差發生的機會，商戶可考慮把貨架上用的價格標示牌電子化，使標示牌上的價格會與收銀處的實收價同步變動，並且加強管理控制，例如就標示價準確性進行較頻密的審核，及派專人監察店內貨品價格的改動。

## 刪除價格 (strike through price) 的使用

減價是商戶普遍採用的促銷手法，商戶通常於廣告、貨架或店內其他地方的價格標籤或標示上，同時展示貨品當時的售價及另一較高的價格，以表示該貨品是以減價促銷；本文稱供與售價作比較的價格為「參考價」，參考價可以是貨品的原價、被刪除的價格、供應商提供的建議零售價或競爭者的定價。

香港中文大學市場學碩士課程主任冼日明教授表示，消費者在衡量減價的優惠程度時，會根據心目中的參考點 (reference point) 與貨品售價作比較，參



劃過，表示貨品並非以該價格出售，給予消費者價格優惠的印象。

據本會觀察，本港6家連鎖超市集團的銷售點，在展示減價/特價貨品的價格時，均同時展示一個較昂貴的刪除價格，然而，當中3家並沒有明確說明刪除價格的性質，做法不理想；有2家將刪除價格說明為「標準價」，惟同樣沒有明確說明「標準價」的性質，意思模糊不清；另有1家將

刪除價格稱為「標準價」，同時以英文註明Recommended Retail Price，該英文名稱一般翻譯為建議零售價，與「標準價」的意思並不一致，容易令消費者混亂。

## 刪除價格的調查情況

今年7月1日至7月31日，本會職員每天在分屬3家大型連鎖超市集團的3個相同銷售點，觀察12款受歡迎品牌的日常貨品的價格標示，貨品包括米、油、麵、餅乾、罐頭食品、醬料及飲品。調查發現：

1. 除1個銷售點的8罐裝可樂只標示單一價格外，其餘11款貨品均同時標示售價及刪除價格；
2. 貨架上的價錢牌並沒有說明刪除價格的性質；
3. 刪除價格比售價高出的幅度由6.0%至90.7%，平均達41.6%。

本會嘗試瞭解刪除價格的適用期，發覺1個銷售點在調查的1個月內未曾以刪除價格出售上述12款貨品中的任何一款，其餘2個銷售點以刪除價格出售上述12款貨品中的個別貨品的日數，只有1至8天。表二詳列上述12款貨品7月份在3個銷售點標示的刪除價格和售價的情況。

各銷售點並沒有說明刪除價格的性質，消費者一般會解讀這價格為貨品

的原價，如果超市實際上未曾於合理期間內以刪除價格銷售貨品，有機會被視為作出虛假或誤導性商品說明而觸犯《商品說明條例》。

在澳洲，刪除價格必須是銷售貨品的原價，而銷售者必須曾經在推出促銷活動前的合理期間內以此價格銷售。若在該段期間內曾經以不同價格銷售，刪除價格必須是各價格中最低的一個。

在澳洲競爭及消費者公署（Australian Competition and Consumer Commission）控訴Jewellery Group Proprietary Limited一案中，被告公司在促銷單張上以刪除價格或原價來對比售價以突顯優惠，但當中多項貨品並沒有在過往4個月以刪除價格或原價出售，法院認為不知情的顧客若在促銷期內購買這些貨品，實際上並非如推廣活動所宣傳的可以節省金錢，因此裁定被告公司對消費者作出虛假或誤導性的聲稱，違反當時的《營商手法條例》（Trade Practices Act），判處罰款。被告公司不服，上訴至全體聯邦法院（Full Federal Court），但遭駁回。

另有一些國家規定減價期必須設有時限，否則會構成欺詐或誤導性陳述。例如英國及丹麥的法例均訂明，展示減價標示的時間不可超過該貨品最近期連續以原價售賣的時間，確保減價的標示能真確地反映特價的意義。

## 各地對標示價格比較的要求

由於標示兩組價格製造比較，會直接影響消費者的購買決定，不同國家和地區都為特價及參考價制定嚴格規定，防止商戶透過減價或有類似意思的標示誤導消費者，令他們錯誤判斷特價的吸引力及購買的迫切性。

部分國家如丹麥和比利時規定價格比較中的參考價必須為原價，防止商戶以其他價格作出誤導性或虛假的（例如虛構的）價格比較。澳洲、加拿大、英國及

考點可能是基於價錢牌上的標示，亦可能憑消費者對貨品價格的記憶；消費者除了會留意差距的數值（absolute amount），亦會從比例（proportion）的角度來評估優惠程度。用明顯的減幅標示會有效增加消費者即時購買的意慾及購買量，尤其是當消費者不熟悉該貨品時，價錢標示的影響力會更大。

刪除價格（如上圖示）是參考價格的一種，通常在貨架、廣告等展示地方與售價同時列出，其數值比售價高，以刪除線

日本對標示的原價有一定的規管，例如必須為有關貨品在店內曾經維持了相當時間的售價，防止商戶先抬高價格，然後在短時間內減價，從而製造或誇大減幅。除原價外，部分國家亦容許以建議零售價或競爭者的售價作為價格比較中的參考價，例如澳洲容許商戶以建議零售價作為參考價，但要求商戶確保曾經以此作為售價及該參考價能真實地反映市場價格，而商戶若以競爭者的售價作為參考價，則必須確保有關的競爭者屬同一市場及位於鄰近位置。

### 減幅微乎其微的「特價」

如果商戶表示貨品以「特價」發售，但減幅微乎其微，消費者看到減價廣告和價錢牌，不免質疑「特價」的真實意義，這種減價方式和幅度並不符合一般消費者對價格優惠的合理期望。

減價應以真誠為原則，加拿大和瑞典都要求減價必須具有顯著的價格分別，否則商戶不可用特價或類似意思的字眼作招徠。

是次調查中，本會亦發現有貨品的減價幅度小至0.1%或只有\$0.1，但卻用上特價的字眼及/或以價格比較手法標示，可能令部分被減價標示吸引但未有細看內容便購買貨品的消費者大為失望。

本會認為減幅輕微的特價標示容易產生誤會，建議商戶慎重使用包括明示或暗示的價格優惠標示，避免在減幅輕微的價格標示上用上「特價」或類似字眼，以確保價格標示能真誠及確切地反映貨品的價格優惠。

### 業界意見

牛奶有限公司表示，其貨品價格按照來貨價、市場和分店營運情況，以及業務策略釐訂；店舖根據市場及需求狀況，適時推出各項優惠回饋顧客。「惠康」及「Market Place by Jasons」對價格標示都有一套詳細的營運指引，以確保其標準確確及清晰。若顧客在購物時發現電腦系統的價格與價錢牌所標示的價格有出入，分店會即時更正；顧客若對所購的貨品有任何疑問，可以憑單據辦理退款。

屈臣氏集團表示，超市不時在網上及實體商店為消費者推出不同形式的優惠，亦確保貨品及價錢牌上的資料清晰及符合法例規定，讓消費者在購物時可作出正確選擇。

### 海關意見

香港海關表示，非常重視保障消費者的權益，若發現有不符合《商品說明條例》要求的情況，會作出瞭解和跟進，如有足夠證據顯示有人觸犯法例，會採取適當執法行動。惟每一宗案件的情況皆有其獨特性，要根據調查結果及相關證據才能判斷有關行為是否違法。海關執法時亦會充份考慮有關人士是否有免責理由，包括《商品說明條例》第26條的免責辯護理由。



### 給消費者的建議

本會建議消費者在選購過程中細心留意貨品的價格，並在完成付款後立刻查看單據，尤其是特價或優惠貨品的價格，如發現被多收了款項，應即時向收銀員查證和討回差價。

消費者如大致掌握貨品售價，會較容易準確衡量減價的優惠程度，故此，在作出購買決定前，可到不同店舖瞭解市場價格，及留意經常購買貨品的價格資訊，亦可參考本會網站《網上價格一覽通》（[www.consumer.org.hk/pricewatch/supermarket](http://www.consumer.org.hk/pricewatch/supermarket)），該網站涵蓋5家大型連鎖超市/食品店約1,700項貨品的即日網上售價，及每件貨品在過往1個月的價格走勢。

消費者亦應仔細瞭解價格標示的內容，留意刪除價格和售價之間的差距，計算優惠程度，避免受特價標示影響，或讓沒有列明定義的刪除價格影響購買決定。

### 結論

消費者對商戶的信心和忠誠相當程度建基於商戶公平、真誠、正直的營商態度和手法，若價格標示存有誤導或混淆消費者的效應，一方面會侵蝕消費者對商戶的信心和忠誠，另一方面亦會損害消費者獲取正確消費訊息以行使知情選擇的權利，甚至可能對他們造成經濟上的損失，因此本會促請營商者切實避免價格標示問題，以確保交易的公平性，及提升消費者對業界的信心。

