

# 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。

# 提防違規龕場銷售陷阱 盡早立法規管納入正軌

第五屆立法會上月底曲終人散，然而兩條涉及消費者的法案最終懸而未決。除了上期〈編者的話〉提及，增加醫委會業外人士聲音的《2016年醫生註冊（修訂）條例草案》外，另一條加強規管私營骨灰龕的《私營骨灰安置所條例草案》亦未能趕及通過，需在下屆立法會再次提交審議。

本會高度關注一些違規的私營骨灰龕場或相關中介，趕在條例尚未立法和推出發牌制度前，游說消費者選購未符合地契或城規要求的龕位，以期「出貨」圖利。法例實施後，一旦相關龕場因為不符法規，未能領取牌照或遭取締，消費者隨時無法獲得退款，更面臨重新安置先人骨灰的問題。

政府現時以表一和表二兩類，劃分私營骨灰龕場。前者符合土地契約及地政、城規等規定，後者則是地政總署或規劃署已獲悉，但不屬表一的骨灰龕場。草案提出有意在新例實施後繼續營辦的私營骨灰龕可向政府申領豁免書，但必須符合在1990年1月1日前已開始營辦的要求，並自草案公布時間（即2014年6月18日上午8時）起停止售賣及出租龕位，將骨灰安放數量凍結在草案公布時間的狀況。

消費者需提防龕場營辦商或中介人，強調龕場已納入表一或「已獲城規會審批」，或以「必獲發牌」、「全數退款」、「以龕換龕」等銷售手法招徠；亦有列入表二的龕場聲稱只要向政府申請更改土地用途便很大機會獲得發牌；更有龕場會說之以利，指本港龕位短缺，投資潛力巨大，每年至少有一成升值空間。

按照草案規定，日後法案通過後，只有領有牌照的私營骨灰安置所方可出售或出租龕位。無論現時在表一或表二的私營骨灰龕將來能否獲發牌照尚屬未知之數；即使獲發牌照，現時也不能預知牌照內規定可存放骨灰份數的上限，因此消費者需提防在法案通過前出現的售賣或出租龕位陷阱。

本會建議消費者在購買龕位前，必須做足風險評估，包括釐清龕位的使用權或業權，瞭解合約中的補償安排，包括退款或賠償等。消費者更應向商戶索取有關資料，如有爭議時能有所依據；有需要時，應徵詢獨立法律意見，以免招致損失。龕場或相關中介人有責任確保任何有關其提供的服務的商品說明均屬真確，包括服務是否獲認可，以免構成虛假商品說明。

本會認為，要令骨灰龕政策規範化，除了加強規管私營骨灰龕，改善違規經營情況外，更需由源頭做起，確保有充足穩定的公眾龕位供應。政府預計未來20年每年平均火葬達54,000宗。目前政府正在全港18區覓地興建新的龕場，目標是由2018年開始至2025年，陸續推出近50萬個公眾骨灰龕位。要加快興建龕場的進度，除了有賴政府的努力外，亦需獲得區議會以至市民的支持，在交通配套等可行的情況下，盡快通過在各區興建新的骨灰龕發展計劃。

另外，政府亦需繼續致力推廣綠色殯葬，包括在紀念花園撒灰和海上撒灰等方式。根據食環署數字，去年全年以綠色殯葬處理的宗數超過4,000宗，佔死亡人數的8.7%，雖較2013年的7.3%有所提升，但比例上仍是少數，如欲像海外般逐漸改變殯葬文化，看來仍需一段時間。正如1980年代以前，本港以土葬處理為主，經過數十年的公眾教育，社會逐漸意識到火葬的優點。現時，土葬和火葬分別佔每年死亡人數約7%和91%。

隨着人口老化，本港骨灰龕位短缺的問題只會越趨嚴重，短中期而言，需盡早落實私營骨灰龕的規管條例，透過發牌制度，避免消費者誤墮違規龕場的銷售陷阱；同時亦需加快推動興建公眾龕場，杜絕違規龕場、「天價」龕位，解決先人骨灰無處安放等種種問題。長遠而言，消費者願意採用綠色殯葬，以可持續方式處理先人骨灰，亦有助緩解本港骨灰龕位短缺的問題。

# 選擇



封面人物：洪天明 & TJ

## 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.31



p.36



p.35



p.40

## 封面專題

- 4 父母必讀！細選安全又舒適的嬰孩手推車

## 測試報告

- 14 多款醬油驗出微量可能致癌物質 僅10款醬油品質達甲級
- 40 9款汽車能源效率及二氧化碳排放 不如理想

## 市場速報

- 24 酒店訂房網站 價格保證要求嚴苛？
- 31 連鎖服裝店改衣費懸殊 5間不設退款

## 理財有方

- 36 長者全方位理財貼士

## 投資智慧

- 35 海外買樓 格外留神

## 消費提示

- 47 涉及售賣偽冒藥物案件 店舖有關人士被罰款



p.14

## 多款醬油驗出微量可能致癌物質 僅10款醬油品質達甲級

我們測試了40款常見的豉油、醬油及鮮露，結果有11款產品驗出微量可能令人類致癌的4-甲基咪唑。1款生抽的菌落總數遠超內地標準上限。味精含量最高的2款樣本，分別佔其重量的10.4%及9.4%。多達39款產品的鈉含量偏高，要注意用量！

產品品質也是關注重點，測試發現38款醬油產品中，只有10款達到甲級品水平。

## 酒店訂房網站 價格保證要求嚴苛？

p.24

香港人熱愛旅行，不少人會選擇在酒店訂房網站預訂外遊住宿，一個平台便可比較不同酒店的價錢。部分網站提供最低價格保證，若消費者可在別的網站以更便宜的價錢，預訂「一模一樣」的酒店住宿，補償可達差價的2倍或3倍，看似非常吸引，實則附帶不少條件！



## 父母必讀！ 細選安全又舒適的嬰孩手推車

p.4

測試了21款嬰孩手推車，發現有些款式潛在夾傷幼兒的風險，也有車輪鎖設計不善，有機會令車子意外滑行。4款手推車獲用戶及專業評審一致評為舒適，人體工學設計適合初生至3歲幼童。

