

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。

緊貼消費者需要 《選擇》昂然踏入40年



40年前的今天，《選擇》月刊面世，標誌着香港的消費者保障工作進入新時代。正如本會前主席羅桂祥博士在《選擇》創刊號〈編者的話〉所言：「每一位消費者都應享有自由選擇的權利，這是消費者權利中最重要的一項，因此這份刊物亦以『選擇』命名。」要作出明智的選擇，必須掌握正確的消費資訊。

上世紀70年代，是一個資源貧乏，商品服務良莠不齊，消費者缺乏安全選擇和保障的年代。《選擇》的誕生，回應了時代的需要，以捍衛消費者的權益為己任。「柴米油鹽」是市民基本所需，《選擇》以「十二種食油檢定報告」為創刊號的封面專題，檢視了12款食油的衛生程度、雜質含量、營養價值，以至包裝售價等，讓消費者面對「高級」、「上等」和「極品」等產品聲稱時，知所選擇。時至今日，《選擇》已成為消費者選購不同產品的指南，同時推動生產商和服務供應商改善和革新其產品與服務。

《選擇》一直恪守嚴謹中立的宗旨，同時緊貼時代脈搏，洞察40年間消費環境出現的翻天覆地變化。今天消費者只需要在智能手機上輕輕一掃，便可接通世界，選購心儀貨品和服務，因此實體店的角色亦產生了變化。然而消費者需留意的是，網購為生活帶來更多選擇和便利的同時，與此相關的另類消費風險亦隨之而來。

本會剛公布題為《網上消費——香港消費者態度、營商手法及法律保障的研究》之報告，發現縱使本港消費者對網購的滿意度高達98%，但並不瞭解在網購過程中面對的連串風險，包括部分網店的所在地欠缺透明度、網上平台背後錯綜複雜的商業安排，以及消費者被轉移到第三方平台購買其他附加服務等。一般消費者面對千絲萬縷的商業關係、複雜的交易條款和法律責任等問題，難以單靠一己之力應付。所以，本會堅守為消費者把關的責任，提出不同建議，以加強網上消費保障。

在網絡年代，消費者在網店看樣板、落單、透過網上系統付款、提供送貨資料等，每個環節都可能出現問題。要網購得以健康持續發展，報告指出不少營商手法問題，除可透過商戶自行改善外，在法例上亦要與時並進，不時檢討和修改，以免落後於市場發展。例如目前本港法例對消費者購買數碼內容的保障並不明確，有必要釐清其在法律上的定義，以保障消費者權益。

報告亦倡議消費者應享有取消交易權，並建議政府研究為不同類型的消費合約制訂強制性冷靜期的利弊。縱觀其他市場，除一些獲豁免的貨品和服務外，歐洲和英國法例要求商戶提供14天內取消網上交易的權利，中國大陸和台灣法例亦有類似的保障，但香港未有相關的法例。另外，報告建議參考英國法例，規定網店展示重要資訊，包括分項收費和總價格、商號身份資料及聯絡方法，同時列明處理投訴的政策和程序、合約期限、取消交易的細節等，確保資料清晰透明。

40年來，《選擇》成功之處在於貼近民情而「不離地」，除了內容貼近生活，致力捍衛消費者權益外，其表達形式亦要配合消費者的需要。除印刷版《選擇》外，更有需要加強網上發展，透過網絡社交媒體與讀者互動，同時增加訊息圖和影片等元素，務求與消費者全方位互動溝通，讓年長者與年青一代都成為精明的消費者。

選擇



封面人物：鄭裕玲

消費者委員會出版

地址：香港北角渣打道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.38



p.42



p.50

封面專題

- 4 17款日霜保濕效果測試見高下

測試報告

- 15 3款電熱水瓶安全測試不過關
35 4款動作攝錄機影像防震效果理想

消費提示

- 20 真空低溫烹調安全貼士
22 選購不銹鋼廚具要訣
38 不孕男女有責 中醫藥如何治療？

市場速報

- 24 手機資料轉移服務範圍差異大
42 4冊教科書被評為「應作重印兼修訂」

消費權益

- 30 一手住宅物業銷售條例仍有不足

投資智慧

- 47 股價波動或觸發「冷靜期」
市調機制並非停牌

健康錦囊

- 48 除疤貼及除疤藥膏治療原理

投訴實錄

- 50 使用汽車美容服務 留神銷售手法

17款日霜保濕效果測試見高下

若然肌膚水分不足，便容易出現乾紋，臉容難顯亮麗。因此，為肌膚保濕，是護膚一大重點。

我們測試了17款保濕日霜，既以儀器量度其保濕效能，也邀請用家試用面霜，綜合得出的結果是，14款保濕霜保濕效果良好，但價格懸殊。測試並發現，貴價品牌產品的保濕效果不一定最出色！

p.4



不少家庭都會選購電熱水瓶，取其使用方便，加上部分型號有真空保溫功能，減低熱力流失的速度，用戶可以隨時飲用熱水，在寒冷的日子尤其貼心。測試除涵蓋產品的加熱能力及評核真空保溫設計功能外，本會亦與機電工程署合作測試產品安全。

p.15

3款電熱水瓶安全測試不過關



手機資料轉移服務範圍差異大

更換手機時，需要將資料由舊機轉移到新機，若希望省功夫，可考慮找專人代勞。現時不少流動電訊商及連鎖電器店都有提供手機資料轉移服務，方便快捷，部分商號更不收分文。不過，如在轉移資料後發現手機損壞，商號未必負責更換或維修。過程中個人資料私隱是否受到保障，也值得留意。

p.24

