

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。

規管網約車務實可行 為香港成為智慧城市創造多贏局面

近日乘坐的士和網約車的經驗成為城中熱話，序幕由本會倡議以循序漸進的方式開放個人化點對點交通服務市場，立法規管網約車，為市場引入競爭動力而揭開。

過去十年，科網技術的應用急速發展，為我們的生活模式、營商環境以至社會秩序，都帶來了不少改變及挑戰。不知不覺間，科技已影響我們各種消費行為和習慣，從如何接收資訊、結識朋友、溝通聯繫、購物甚至交通，無一不受影響。全球不少國家亦正全力推動科網發展，目的明顯是為改善生活質素和發展經濟，而網約車在很多地方已大行其道，亦予以適度監管。

網約車於2014年進入香港，雖然其合法性一直備受質疑，警方屢次執法拘捕司機，但仍有不少司機和消費者鋌而走險，冒着被拘捕或沒有第三保的風險，繼續透過網約車平台互相配對。原因顯而易見，在自由市場中，有需求便有供應，特別是傳統的士服務質素每況愈下，消費者自然渴求選擇，亦是對目前服務不滿的無聲抗議。

以上的引子，正好解釋了本會提出《更多選擇 更佳服務 個人化點對點交通服務市場競爭研究》報告的原因。本會認為，宏觀海外，網約車的盛行已改變了消費行為和市場結構規律，與其禁止網約車在香港發展，倒不如善用機遇，積極引入規管制度，為符合要求的平台、車輛及司機分別發出許可證，為一直停滯不前的士服務市場提升競爭動力，令消費者能從中得益，以合理價錢享用安全便利的服務。

本會建議引入競爭並非扼殺的士生計，而是推動的士業界積極求變，讓個人化點對點交通服務得以持續發展。本會報告中建議：目前個人化點對點的市場共分站頭服務、街道載車服務及預約服務3類。引入網約車服務，站頭及街道載車仍屬的士獨享的市場，保障業界的生計利益；至於預約服務，除了取得網約車牌照的司機及車輛外，有興趣的士車主或司機亦可參與其中，以優質服務態度相互競爭，贏取客戶，亦為司機開啟創業之機。

社會對本會建議深表認同。要落實執行，必須務實行之，盡量以現行法規為藍本，規管網約車數目和司機質素。有報道指本會建議將現時出租車的1,500個牌照，改為網約車車輛許可證的做法未必可行，認為數目太少。然而，這個建議是克服漫長立法程序的務實之舉，只要修改現時對出租車的規管項目及發牌條件，先利用這1,500個牌照的餘額，在較短時間內就可引入網約車服務。

至於網約車的牌照及車輛數目的多少，參考海外經驗，都會考慮城市面積大小及人口多寡，兼顧地區性的交通配套、城市規劃、市民的生活方式等等。以人口最多、佔地最廣的北京為例，只有6個網約車平台牌照，約有6,000多輛網約車；相反，佔地最小、人口少於香港的新加坡，卻擁有最多的11個網約車平台，合共有24,000輛的士及42,000輛出租汽車在營運。

作為起步點，本會建議政府可發出數個網約車平台許可證，目的是避免獨市經營或出現過多營運者，造成惡性競爭，服務質素亦難以保證。最終牌照的數目，可因應市場發展而調整。

科技發展毋庸置疑為的士業界帶來衝擊，同時亦為政府的公共交通管理帶來挑戰。本會深信香港要與時並進，必須抓緊契機，擁抱科網發展帶來的機遇，透過開放網約車市場，引入競爭，令消費者和的士業界得益之餘，政府亦可透過收集這類平台的大數據，提升現代化交通管理，更有效監察人車流量和路面交通情況，讓香港成為實至名歸的智慧城市。

選擇



封面人物：林奕匡

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，以明示或暗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



封面專題

- 4 暖笠笠過冬！2款浴室暖風機製暖乾衣快！

市場速報

- 11 辨別洗衣劑環保標籤是否經認證
22 簽卡儲里數換機票
飛大阪所需簽帳可差\$15萬？
30 代聘外傭收費可相差\$4,000
中介公司應盡責查核資料

測試報告

- 14 測試29款口罩
3款過濾細菌效率高於99.9%
39 兒童汽車座椅正面側面撞擊保護能力參差

消費提示

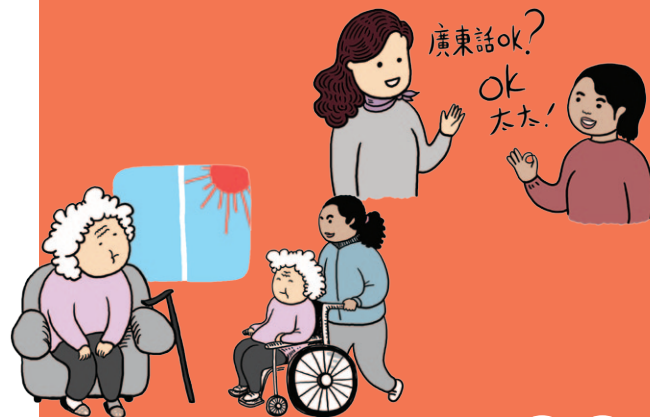
- 21 涉及售賣偽冒藥物案件的售貨員
被判監禁緩刑

投資智慧

- 38 投資於首次代幣發行 小心中伏

投訴實錄

- 46 「預防疫苗」及「體檢」投訴惹關注



代聘外傭收費可相差\$4,000 中介公司應盡責查核資料

p.30

本港不少家庭聘用外傭照顧子女、長者及做家務等，對外傭服務需求殷切。他們普遍透過外傭中介公司聘用外傭。為瞭解有關服務內容及收費，本會收集了33間外傭中介公司提供的資料，發現收費差距頗大；保證期內更換外傭的收費未必相宜；若中介公司最終未能提供僱主所選的外傭，僱主不一定獲得退款。



p.4

暖笠笠過冬！
2款浴室暖風機製暖乾衣快！

一物多用，兼具製暖、乾衣及抽氣功能的浴室暖風機近年獲得不少消費者追捧。是次測試的10款浴室暖風機，最高出風溫度相差26°C，而乾衣速度更由少於2小時至逾11小時，乾衣時間相差近5倍，乾衣耗電表現同樣懸殊，以致乾衣所需電費相差逾7倍！

測試29款口罩 3款過濾細菌效率高於99.9%

每年的1月至3月和7月至8月都是流行性感冒高峰期。流感和其他呼吸道感染可透過飛沫於短距離傳播，佩戴外科口罩有助預防飛沫傳播疾病。不少人清潔家居時亦會佩戴口罩，減低吸入塵埃而刺激喉嚨的機會。本會測試了29款口罩，發現3款過濾細菌表現出眾，某些型號的品質則較為遜色。

p.14