

# 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。

# 海外升學諮詢服務良莠不齊 及早與子女規劃生涯方為上策

本會於6月底發表題為《學生有保障？細看海外教育諮詢服務》的研究報告，揭示坊間不少標榜為「顧問」的升學諮詢服務商，其實是海外教育機構的中介人。這些服務商藉着為院校招收學生賺取報酬，未必百分百從學生的需要或利益出發，向學生提供最適切的升學途徑和建議。

海外升學諮詢服務良莠不齊，固然為人詬病，須加以提防，然而本會在研究期間舉行的4場聚焦小組討論中，發現另一個同樣值得社會反思的現象：在家長的聚焦小組中，大部分的參與者都給予這些服務商不俗的評價；但在另一組以學生為主的聚焦小組中，這群最終的「用家」卻提出不少在報讀海外院校之後才發生的問題，包括住宿的地方治安差、服務商的跟進不足等。

家長在考慮子女最終的升學途徑，以至揀選哪間院校及科目的過程中，通常會考慮成績及家庭的負擔能力等因素，然後作出決定。但家長本身大多沒有海外升學的經驗，加上語言障礙、資訊龐雜，市場上五花八門的招生宣傳，花多眼亂，很多時不知從何入手，遑論要作出選擇。

另一方面，有些家長並沒有打算把子女送往海外升學，但由於公開試取得的分數，未能達到在香港升讀大學的門檻，計劃被打亂，在徬徨無助的情況下，唯有將子女送到外國繼續升學。為免多等一年，必須在放榜後及海外院校開學前，短短兩個月內處理所有報名、申請簽證等手續，這些服務商頓時成為家長的「水泡」。

家長如果在選校前沒有足夠時間與子女和老師好好溝通，做足功課，一心依賴升學顧問匆匆將子女送到海外升學，可能是「惡夢」的開始。子女屆時身在外國，才慢慢發現草草作出的升學選擇，未必符合自己的興趣，又或實際情況與服務商當初說明或承諾的有很大落差，要補救時已浪費了不少時間和金錢。

海外升學是人生的重大決定和投資，家長應跟子女做足準備，提早規劃生涯。本會認為，在海外升學的問題上，參考有經驗和專業的諮詢服務之餘，家長本身的責任不可「外判」。無論接受「免費」或收費的教育諮詢服務，作為家長，都不宜把協助子女選擇未來升學發展的責任，完全囑託給可能以商業利益先行的服務商。家長必須明白，尋求教育諮詢服務，或可更有效率地取得所需的資訊，但不應「照單全收」。反之，正如一般消費過程，家長在選擇海外升學諮詢服務時，都需承擔消費者的責任，瞭解子女的需要，加強自我保護意識和能力，付出時間和耐心做足「功課」，瞭解和分析市場上的各種資訊，小心求證、比較和衡量不同建議的真實性、可行性，跟子女一起作出最佳的選擇。

至於政府亦應增加對青年生涯規劃的資助，以及中學輔導老師的支援，加上為行業引入自我規管，提升資訊透明度和行業質素，各盡其責，不但令莘莘學子能根據興趣和所長，為自己的學業和前途作出正確的選擇，同時亦有助提升社會的人力資源質素，令本港繼續保持競爭優勢。

上期訂正：

《13款蜂蜜驗出抗生素或除害劑 麥蘆卡蜜抗菌活性高但價錢參差》一文第6頁表一，樣本#31應為樣本#30。第14頁圖中的小標題「三種方法量度麥蘆卡蜂蜜的抗菌活性」應為「三種方法標示麥蘆卡蜂蜜的特性」，圖中內容「以『Manuka Pollen』標示抗菌活性」應是「以『Manuka Pollen』標示花粉數量」。

# 選擇



封面人物：洪永城

## 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

## 目錄 | 502



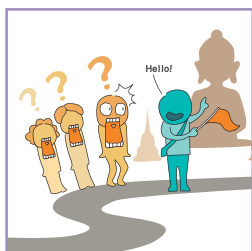
p.20



p.34



p.38



p.46

### 封面專題

- 4 30款熱門香薰油大測試  
全部驗出不同皮膚致敏物質！

### 測試報告

- 15 不銹鋼刀vs陶瓷刀鋒利度參差  
\$300買到平靚正之選
- 20 360° 全景相機全方位拍攝運動刺激好玩！
- 24 防曬手袖價格與舒適度懸殊  
聲稱涼感手袖效果與一般手袖相若
- 31 開學在即 嚴選靚屏電力持久的平板電腦
- 34 MIPS設計單車頭盔  
保護程度未必勝過普通型號

### 市場速報

- 38 月供股票計劃便利小本入市  
月費小數怕長計

### 消費提示

- 44 涉及售賣偽冒藥物案件的售貨員  
被判社會服務令

### 消費文化

- 45 從「第十九屆消費文化考察報告獎」  
反思生活消費行為

### 投訴實錄

- 46 旅行社代購當地遊服務貨不對辦  
如何處理？

## 防曬手袖價格與舒適度懸殊 聲稱涼感手袖效果與一般手袖相若

紫外線不單會曬黑皮膚，亦可能對身體造成傷害。不少人會穿着聲稱加入涼感、排汗、速乾等功能的防曬手袖，保護雙臂皮膚。本會測試了20款防曬手袖，發現樣本於透空氣度、排汗、快乾、耐用度等測試項目表現參差，儘管價格較高的手袖普遍表現較好，但仍不乏表現不俗的廉宜選擇。



p.24

網上《選擇》月刊 <http://choice.yp.com.hk>



## 不銹鋼刀vs陶瓷刀 鋒利度參差 \$300買到平靚正之選

一把鋒利又耐用的刀是廚房中不可或缺的工具。測試13把多用途廚師刀，包括10把不銹鋼刀及3把陶瓷刀，發現樣本的鋒利度及保持鋒利能力頗參差，部分售價較低的樣本亦表現不俗！

p.15

## 30款熱門香薰油大測試 全部驗出不同皮膚致敏物質！

不少人喜歡用香薰精油來按摩、浸浴，或以熱力將精油揮發到空氣中吸聞，藉此放鬆身體、幫助紓緩工作壓力和入睡等。不過，部分香薰精油內的芳香物質濃度高，如直接施用於皮膚，可能誘導過敏反應。本會測試了30款香薰精油，香味為受歡迎的薰衣草、甜橙和尤加利，檢測其香料致敏物、其他有機化合物、重金屬、微生物水平等，發現全部樣本含有2至7種香料致敏物，用家必須小心！

p.4

