

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。

美容集團不良營商被點名 引入強制性冷靜期刻不容緩

本會上月點名譴責凱詩美容集團，以不良手法，高壓硬銷美容療程。其手法萬變不離其宗，先以優惠試做價利誘消費者登門接受療程，繼而疲勞轟炸，不斷游說消費者簽下大額療程，部分職員更涉嫌在銷售過程中就合約條款及收費誤導消費者、在未經消費者同意下刷卡過數，甚至拒絕向一些無行為能力的顧客退款；「點名」報告一出，引起社會極大迴響，亦有消費者隨後挺身而出，訴說其受害經歷，反映業界營商手法良莠不齊，必須予以正視。

本會一直致力打擊業界中的害群之馬，以美容業為例，上月剛被點名的凱詩美容，是繼2012年的Q & A+ Health Spa後，另一被點名的美容中心。兩個商戶被點名的時間相距6年，但當中牽涉的不良營商手法卻大同小異，可見多年來業界一些不良商戶並未汲取教訓，引以為戒，反而變本加厲，在今次被點名商戶的投訴個案中，更涉及拒絕向無行為能力受害人退款的個案，做法令人齒冷。

過去3年，本會先後對健身、時光共享旅遊度假會籍，以及美容行業的不良商戶採取點名行動。綜觀相關行業的硬銷手法，均與今次被點名的商戶相似，正好呼應本會今年4月公布的強制性冷靜期研究報告，建議政府針對美容、健身、時光共享3個行業，以及非應邀及遙距合約2類交易模式，實施最少7天的強制性冷靜期，以遏止相關行業以不良手法促銷的歪風。

毋庸置疑，點名行動除可以即時停止有關商戶繼續以不良銷售手法肆虐和告誡業界，同時亦令消費者提高警覺，避免墮入消費陷阱。是次「點名」所揭示的重點是，美容業界以不良手法營商已惡化至一定程度，社會必須立即採取行動，以免更多消費者受害。然而，如何根治這行業陋習？如何令消費者免受經濟損失？治本之道，當以「法」入手，透過引入強制性冷靜期，杜絕不良商戶利用預繳式消費，強迫顧客簽下大額服務合約。

本會重申，要有效阻止這類不良營商手法，引入強制性冷靜期是最有效的方法。事實上，政府於2011年就《商品說明（修訂）條例》作諮詢，當時亦曾提出就冷靜期立法，但由於當時商界有強烈反對聲音，有關建議最終被收回。儘管上述條例在2013年生效後，在打擊不良商戶方面漸見成效，然而一些不良商戶仍鋌而走險，損害消費者的行為繼續層出不窮。

《商品說明（修訂）條例》未能杜絕商戶的不良營商手法，主要是條例針對刑事罪行，舉證的門檻要求十分高，而美容、健身及時光共享等行業，牽涉的投訴多數只有投訴人及銷售員在場，對於整個銷售過程是否涉及高壓推銷等手法，雙方往往各執一詞，即使最終告上法庭，亦未必能夠成功入罪。推行強制性冷靜期正好與《商品說明（修訂）條例》互相補足，消費者即使因面對不良營商手法而被迫簽下合約，最終亦可在冷靜期內取消相關合約，得到應有保障。

愛美是人的天性，追求健康更是近年社會主流，消費者對美容、健身等服務需求殷切。然而不良商戶覬覦行業的龐大利潤，加上從業員的薪酬或獎金制度與銷售成績掛鉤，致令業界的不良分子用盡各種方法，軟攻硬銷，消費者往往賠上6位甚至7位數字的金錢才能脫身，業界聲譽亦嚴重受損，故此現時在各大網上討論區及社交平台，不難看到批評相關行業的專頁及群組。

本會發表《倡議設立強制性冷靜期的研究報告》後，政府積極回應，目前正籌備制訂立法框架，以及諮詢公眾等工作，本會樂觀其成，期望業界、消費者及各持份者在諮詢期內積極參與討論，政府早日開展立法工作，共同建構一個公平和健康的可持續消費環境。

選擇



封面人物：黃心美

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。

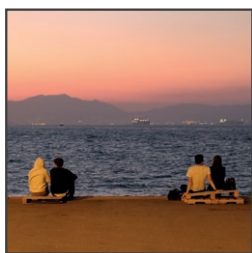
本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

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

目錄 | 506



p.32



p.38



p.42



p.46

信用卡現金回贈兌換率 最多相差8倍 哪張回贈最多？

香港的信用卡市場競爭激烈，大部分發卡機構都會提供獎賞計劃，讓持卡人簽帳時賺取獎賞禮品、優惠或現金回贈等。現時發卡機構提供的信用卡現金回贈有多種模式，使用時要注意甚麼？有何限制？

封面專題

- 4 迷人香水也致敏？
55款香水驗出多種香料致敏物質

測試報告

- 18 慎選多功能電熱盤
安全和效能表現均欠佳
- 32 全片幅相機照片質素高
入門級防震佳亦方便自拍
- 42 書架式揚聲器表現不相伯仲
價格相差逾2倍

市場速報

- 24 信用卡現金回贈兌換率最多相差8倍
哪張回贈最多？

消費提示

- 38 電子煙/加熱煙糖衣包裝暗藏致癌
和有毒物質

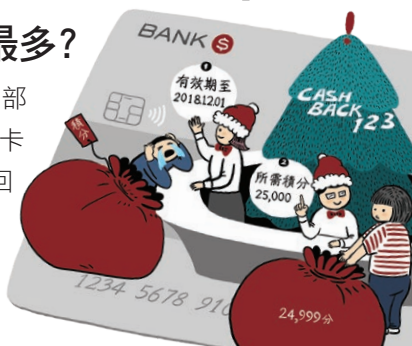
投資智慧

- 37 投資組合\$800萬晉身專業投資者
有何利弊？

投訴實錄

- 46 共享單車服務質素惹人詬病

p.24



p.18

慎選多功能電熱盤 安全和效能表現均欠佳

近年熱賣的多功能電熱盤小巧精緻，可配合不同烤盤在餐桌上烹調多種料理。本會測試9款多功能電熱盤的效能及安全性，發現沒有樣本能全部通過測試的8個安全項目，9款溫升過高，8款絕緣距離不足，其中2款量得的洩漏電流過高，表現欠佳！另發現樣本的熱力均勻度表現一般。

p.4



迷人香水也致敏？ 55款香水驗出多種香料致敏物質

聖誕節臨近，不少情侶會互贈香水表達心意。不過，近年有研究顯示有知名品牌香水含有塑化劑或人造麝香等有害物質，長期使用可能影響健康。有見及此，本會搜羅市面55款香水，檢測是否含有有害物質和香料致敏物質，全面分析各款香水的安全程度。