

# 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。

# 醫療美容風險不容忽視 立法規管刻不容緩

愛美是人類的天性，本會的調查顯示，每5個15至64歲的消費者就有1個使用醫療美容服務。龐大的消費市場，令近年整容、塑型等醫療美容程序大行其道。然而當消費者大灑金錢，追求所謂完美體態和容貌的同時，卻往往低估了當中潛在的風險，難以自我保護。

2012年DR醫學美容靜脈輸液事故，導致一死三傷，政府及後成立的「區分醫療程序和美容服務工作小組」，審視35項高風險美容程序，提出把當中15項涉及高風險侵入性程序例如美白針、注射肉毒桿菌等，列為醫療程序，必須由醫生執行，否則可被控無牌行醫。然而言猶在耳，前年一名舞蹈教師在接受抽脂程序後死亡，再次為業界的作業模式敲響警鐘。政府必須正視問題，從速由制度入手，全面規管行業，避免悲劇再次發生。

有見及此，本會月初發表題為《醫療美容服務的消費保障——引入新規管制度》的研究報告，通過諮詢美容和醫療等業界意見，檢視7個司法管轄區的規管模式，再配合消費者意見調查，以至用神秘顧客身份訪查30間提供醫療美容服務的處所，得出結論是香港在規管醫療美容上明顯落後於鄰近國家及地區；故此本會提出9點建議，促請政府盡快就「醫療美容」釐訂清晰定義、確立施行不同美容程序的資歷認證、管制應用相關醫療儀器，從速為業界設立明確的牌照制度，加強保障消費者權益。

研究結果顯示，消費者對「醫療美容服務」的觀念和現行監管做法並不一致。超過8成用家將「醫療美容」視為「一般」美容服務，認為可由「美容師」或「治療師」於美容院施行的是「普通」而「非侵入性」療程，忽略了當中潛在的安全風險。另外更有超過九成半曾使用已界定為高風險、必須由醫生或牙醫施行的「醫療美容」程序用家表示，服務也由美容院的「美容師」、「治療師」或「美容顧問」提供，相反由註冊醫生施行的不到半成！

早前《選擇》月刊報道有美容院引入水光槍美容療程，警方於今年4月因應衛生署的舉報，到一間美容院喬裝顧客，結果發現該店非由醫生提供水光槍程序，最終以無牌行醫拘捕有關人士。事件引發業界反彈，認為水光槍並不在該列表之中，質疑是否需由醫生進行。事件印證了本會的報告，反映在沒有清晰的規管及政策下，政府和業界各執一詞，最終由消費者付出代價。

本會認為，由於「醫療美容」在香港沒有清晰定義，無論業界或消費者都容易對服務的界定感到混淆。正本清源，政府必須為醫療美容訂立清晰的定義，包括涉及的醫療程序、手術類別、藥物、醫療儀器或侵入性技術，及具體規範服務提供者的行為。有了清晰的定義，才可為消費者保障奠定法理基礎。

本會強調，一個完善及明確的牌照制度，配合嚴格的監管，以及呈報機制，有助行業步入正軌。對消費者而言，「醫療美容服務」提供者是否領有適當的牌照和認可資格，是最基本的信心保證。同時，適當的發牌條件和懲罰措施，亦可以為呈報機制的有效運作帶來誘因。

要完善制度，業界自律同樣重要。根據本會調查所得，逾7成女性用家表示，曾經在接受美容程序時有不同的遭遇，例如美容院經常以「限時優惠」或「特別折扣」作招徠，再游說她們購買升級服務或產品。更有銷售人員刻意品評消費者的容貌，強行硬銷產品，然而對於「醫療美容」的潛在風險，以至副作用和後遺症則支吾以對；故此，報告建議無論是醫生抑或美容師，除了應具備相關專業技術及經驗外，當局亦應訂一套資歷認證標準，按「醫療美容」服務的類別和風險劃分，有助美容業邁向更專業的發展，亦令消費者得到更確切的保障。

上期訂正：

〈3款電熱水瓶安全測試不過關〉一文，第18頁「待機耗電」一段列出的待機一年電費應為\$630。  
〈手機資料轉移服務範圍差異大〉一文資料有誤，第25頁內「哪個商號提供最全面的服務？」一欄內第一段有關「衛訊」的服務，應為「而「衛訊」(#9)亦可轉移上述絕大部分包括Whatsapp紀錄等資料，只有程式連資料不能轉移。」

# 選擇



封面人物：蔣怡

## 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 | 482



p.34



p.38



p.40



p.44

### 封面專題

- 4 測試100款生雞翼及全雞  
6成驗出ESBL耐藥細菌



### 測試報告

- 17 暖風機加熱快慢懸殊 3款未能通過安全測試  
23 19款手機拍照拍片及GPS導航差別大  
34 5款套裝相機手動拍攝佳 適合攝影愛好者

### 消費權益

- 27 知行不一?可持續消費的醒覺

### 消費提示

- 30 購買鑽飾初入手貼士  
38 抹窗如何確保安全?抹窗機械人能否代勞?  
47 涉及售賣偽冒藥物案件的店舖經營者及  
售貨員被罰款

### 市場速報

- 40 部分網購鮮貨食品平台 許可證展示不清

### 健康錦囊

- 44 傷風感冒不一定要用抗生素治理

### 投訴實錄

- 46 境外及儲值通訊服務的消費爭議



p.30

不少男士會購買鑽石戒指求婚,或作為禮物送給摯愛,以比喻彼此的感情堅貞永恆。此外,有些女士也會購買美鑽獎勵自己工作辛勞。一枚單頭鑽戒動輒數萬元,作為定情之物更是彌足珍貴,當然要小心選購。本會訪問了不同專家,與大家分享購買鑽戒的貼士,譬如初入手者的入門選擇。

### 購買鑽飾初入手貼士



寒冬將至,是時候添置保暖產品例如暖風機,消費者選購時,除發熱效能外,也要考慮產品的安全性及易用程度。本會測試了15款暖風機的安全性及效能表現,當中3款未能通過安全測試,而不同型號的加熱速度快慢懸殊,個別型號則熱力分布不平均。

p.17

### 暖風機加熱快慢懸殊 3款未能通過安全測試



### 測試100款生雞翼及全雞 6成驗出ESBL耐藥細菌

本會一直關注及希望改善抗生素耐藥性的問題,於去年12月進行首次雞肉耐藥細菌的流行性研究,測試市面100款全雞及雞翼是否含有對第三代頭孢菌素(3GC)呈耐藥性的腸桿菌科細菌,及進一步研究這些耐藥細菌是否利用產生超廣譜β內酰胺酶的機制去使抗生素失效,從而推斷本港售賣的雞肉是否廣泛含有此耐藥細菌,亦提示消費者在選購及處理雞肉時應如何減低受感染的風險。

p.4

網上《選擇》月刊 <http://choice.yp.com.hk>