

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。



食肆的常見爭議

個案一：「任叫任食」含義取巧

張先生一家四口早前光顧A酒樓，入座時職員向他奉上「任叫任食」優惠餐牌，菜式有上湯龍蝦(\$198)、清蒸海斑(\$118)及燒乳鴿(\$38)，職員表示客人可以優惠價享用當中任何一款，更多次以「好抵食」形容。張先生覺得「任叫任食」非常吸引，他先後與酒樓部長及職員瞭解「任叫任食」的定義，據他所述，職員均表示只需付\$198即可任食，而且他的確看見餐牌列出「以上優惠每只只限選一款任叫任食(不限數量 售完即止)」等字樣，於是他先後點了5份上湯龍蝦。

結帳時，張先生發現單據列出5份龍蝦，而每份各收取\$198。他萬分錯愕，立即與部長理論，部長指餐牌寫明「優惠價每隻\$198」，是他一廂情願以為一個價錢無限任食。張先生無奈結帳，其後向本會投訴。他表示一般市民對「任叫任食」的理解並不陌生，而且落單前亦再三詢問職員，他認為A酒樓的做法有取巧兼誤導消費者之嫌，要求退回4份龍蝦的費用。

跟進

A酒樓向本會表示，當日奉茶後，張先生的確詢問員工任叫任食優惠是否\$198任叫龍蝦，而在他先後點選那5份龍蝦的過程中，

員工有提及「龍蝦每隻\$198，無限供應」，堅持店方沒有過失，表示不會妥協。雖經本會努力調停，事情仍沒有任何進展，張先生得悉A酒樓的立場後，並沒有要求本會再作跟進。

個案二：「兩位起」套餐≠二人套餐

彭小姐與友人到B餐廳晚膳，侍應給她們一個單選餐牌及一個包含六道菜的\$988套餐菜單，以供選擇，她認為套餐菜式及價錢正合心意於是點選，用膳時她倆亦認為食物分量都符合套餐價錢。然而結帳時彭小姐發現大失預算，因單據列出兩項\$988套餐收費，連同其他費用，總金額為\$2,500，她即時要求經理澄清，強調點選的是二人套餐，惟經理指餐牌上寫的是「兩位起」，意指兩位或以上的顧客才可以這價錢點選此套餐。礙於不想破壞氣氛，彭小姐沒有爭論，便結帳離去。她其後向本會反映，不滿意餐廳僅以細小字體於價格下方寫上「兩位起」，沒有清楚說明價格是每位計，使她誤以為是二人套餐，她希望討回\$988及提醒其他消費者以免碰上同樣的遭遇。

跟進

B餐廳向本會澄清沒有存心誤導顧客，但為保持良好商譽，當彭小姐再次光顧時，會減收\$988及10%服務費，本會將B餐廳的建議轉告彭小姐。

個案三：店員落錯單 食物分量惹爭議

李太與丈夫早前光顧C火鍋店，先後點選9款火鍋食品，當中包括一碟例牌鮮嫩肥牛(\$216)。結帳時，李太發覺收費較預期昂貴，發現單據上價值\$342的「特盛鮮嫩肥牛」非她點選的食品，要求店方更正，但店員指她已享用了食物，而電腦系統已記錄的收費亦不能更改。幾經理論，店員提議給予全單九折或以中碟肥牛價錢(\$285)取代，但李太認為不合理，表示會先結帳然後作出投訴。

李太向本會表示，點菜紙上列出鮮嫩肥牛分為「例、中、特盛」三款，點菜紙亦顯示她們別選例牌，雖然店員錯誤奉上特盛肥牛，但肥牛分量多寡，各餐廳並不一樣，點菜紙亦沒有註明重量，身為顧客實在不可能即場分辨食物分量是否正確，於是在毫不知情下享用了。李太認為問題出於C店職員的疏忽，不應將責任轉嫁消費者，要求退回差價連加一服務費。

跟進

C店經理告知本會，店員當日已向李太太表示歉意亦嘗試與她協商，但不獲接納，經理遂解釋盛載例牌肥牛的碟直徑約為23厘米，特盛肥牛的碟直徑約為33.5厘米，有明顯分別，因此拒絕退回差價。

本會向C店解釋一般消費者對商戶盛載不同食物分量的餐具沒有任何概念，只會相信店員不會落錯單，一般不會質疑由店員送上的食物分量，消費者可能只會察覺根本沒有點選卻送來的食物。而這次事件乃由於店員失察所致，故此店方應積極考慮提出合理的和解方案，惜店方仍然堅持立場，只同意李太太再次光顧時，給予免費飲品及全單九折優惠，李太太表示或會考慮透過其他途徑追討。

個案啟示

「價目」是一般消費者在消費時的重要考慮因素，店方想藉銷售訊息吸引消費者的同時，亦必須確保銷售訊息內容清晰及準確。使用「任叫任食」之類的吸睛字句，可能有宣傳之效，但若定義含糊及欠缺清楚說明，卻容易令消費者產生誤解。個案一的「任叫任食」，到底是按菜式一個單位的價錢，任意點選一個或以上的同一菜式？還是指可不限數量點選同一菜式，但每個菜式單位須付同一價錢？這點實有不清晰的地方。

儘管個案二的店方經已於餐牌寫上「兩位起」，但字體細小，若加上店內燈光柔弱，消費者可能不易察覺。對於不熟悉

香港消費慣例的消費者，尤其是外來遊客，他們未必掌握一些食肆慣用的術語，當中亦可能存有不同理解。由此可見，假若店方能具體說明：「任叫任食」是以同一價格購買不同數量的同一菜式；「兩位起」指至少光顧兩份的一人套餐價錢；並且於落單時由員工向消費者清楚解釋相關意思，則可避免不必要的糾紛。

個案三的店方因疏忽而錯誤供應價錢較高的菜式予消費者，然而店方只從消費者實際享用了食品的價值來看，似乎忽略事件源於自身的錯誤。款待過程中營運者或偶有閃失，假若能坦誠以消費者的角度作出考慮及應對，是維繫客戶關係的不二法門。為保持和諧及公平的消費環境，本會有以下建議：

給食肆的建議

- 如果食物是按分量劃分價錢，本會認為店員應該在點菜及上菜時，都說明食物的分量並與顧客核對，此舉不但可減少錯單，亦可避免顧客於不知情下享用了錯送的食物，造成不必要的爭拗。
- 食肆有責任於當眼位置或餐牌內，清晰列明食品價格、茶芥、服務費及優惠條款等重要資料。如果套餐或菜式是以每位計算，或設有不同時段不同收費，食肆應考慮具體說明，本會亦鼓勵店方主動提醒顧客。
- 一些用以吸引消費者的宣傳，店方宜衡量該些陳述方式或字眼會否容易引起誤會，同時有責任向員工仔細交代推廣或優惠詳情，確保員工能夠清晰及準確地向顧客說明有關內容，以免觸犯《商品說明條例》。

給消費者的建議

- 如消費者於用膳後才提出爭議，儘管錯誤來自店方，店方亦有機會因顧客已享用食物作為辯解。因此消費者享用食物前，宜先確保奉上的食物及其分量無誤，如發現問題應即時通知店方。
- 每所食肆有不同的收費方式，對於餐牌內容及菜式收費，消費者不應存有先入為主的想法，宜仔細參閱食品價錢及其他收費項目等資料。針對一些優惠菜式，部分食肆可能會訂立不同時段不同收費，消費者應特別留意餐牌所列的推廣時段及優惠條款，如有疑問應於落單前與店方釐清。

