

# 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。

# 垃圾徵費不容再拖 共建「惜物減廢」文化

政府早於1998年推行《減少廢物綱要計劃》，制訂多種減少廢物的方法，政策經過近20年醞釀和社會的反覆討論，終於在上個月踏出重要一步，公布都市固體廢物收費建議實施安排，預計最快於2019年下半年實施。建議實施兩種收費模式，一般市民以「按戶按袋」形式繳費，必須使用政府指定的垃圾袋棄置廢物，垃圾袋有介乎3公升至100公升9種容量選擇，價錢為3毫至11元。工商界則須「按重量」繳費，每公噸365元，如廢物是運往市區及新界西北廢物轉運站，入閘費則須395元。

本會支持盡早落實建議，認為這舉措能有系統和公平地讓各持份者共同承擔消費背後對環境所造成的影響，特別是有過度或不良消費習慣的用戶要就行為負上責任。源頭減廢不僅可以紓緩堆填區「爆滿」的壓力，更重要是將「惜物減廢」的概念帶進消費文化當中，透過教育、宣傳，令概念在消費者心中發芽生根，再落實到消費行為上。將來大家在購物前，便會自發地考慮產品是否真正所需。

以台北及首爾為例，兩地政府同樣於九十年代開始討論廢物徵費等減廢政策，多年來一步一腳印落實措施，到今天已取得一定成果。例如台北早年是按每戶的用水量計算所需的垃圾處理費用，此制度一直備受質疑，因未能真正反映每戶實際的垃圾量，亦未能提供誘因令住戶減少製造垃圾。自2000年起，台北引入「垃圾費隨袋徵收」措施，成績有目共睹，人均家居垃圾量由1997年的1.26公斤，跌至2015年的0.87公斤，減幅達31%。在1995年實施廢物按量徵費的首爾，隨後數年人均廢物棄置量亦大幅減少4成。

要把可持續消費的概念落實到消費行為上，其實有很多好方法。消費者在購物時可要求盡量減少產品的包裝，一些個人護理產品例如沐浴露或洗頭水等，可選擇補充裝替代，減少製造垃圾，同時亦能延長垃圾袋的「壽命」，例如由過去每天更換一個垃圾袋，變成隔天替換，都有助減少廢物量。此外，消費行為的改變將會是影響生產商及商戶研發和銷售可持續消費商品的龐大力量，例如減少包裝物料，甚至改用可作環保回收的物料生產和包裝商品，進一步減少垃圾。例如台北自推行垃圾隨袋徵費後，整體回收率由1997年的2%，升至2015年的57%，升幅接近30倍。

本會認為，要推動一個全新的政策，形成一種社會普遍認同的價值觀非一朝一夕可做到。以2009年開始實施首階段的膠袋徵費為例，也出現過商戶過度派發環保購物袋、濫收費用等問題。但近年情況已經大大改善，不少市民都已養成自備購物袋的習慣，部分商戶甚至會將收費延伸至不受限制的紙袋，希望進一步減少浪費。香港的膠袋收費於2015年4月1日全面推行後，大眾已普遍接受。

雖然有聲音擔心實施垃圾徵費後，或會衍生違法棄置垃圾等執法問題，但觀乎外地的經驗，並非不能解決。台北及首爾在推行初期，都出現大量非法棄置，但這些問題只屬短暫性質，當局透過不斷優化徵費計劃，以及做好執法及教育工作，多管齊下，令政策發揮積極效用。香港自然可借鑒這些海外經驗，讓垃圾徵費能順利執行。

香港人雖然教育程度高並且日漸注重環保，但去年本會的研究發現，消費者在可持續消費上明顯「知行不一」，儘管明白節約環保的道理，但卻難以在生活模式和實際行動上作出根本的改變。本會期望，廢物徵費是一個開端，無論消費者、企業還是政府，都能為推動一個可持續消費環境，共同承擔責任，為社會培養「惜物減廢」的文化而努力。

上期訂正：

〈如何選購家居監控鏡頭？專家教路防範私隱外洩〉一文第10頁，錯誤刊登一張附有圖片庫公司Shutterstock商標水印的相片，謹此更正。

〈4款網絡安全軟件防衛效能較強〉一文第33頁的測試結果比較表中，Microsoft Windows Defender（樣本#18）的適用機種為PC，並不包括Mac。

# 選擇



封面人物：林穎彤

## 消費者委員會出版

地址：香港北角渣打道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 | 486



p.28



p.25



p.42



p.39

### 封面專題

- 4 保濕面膜效果及價格懸殊 7款表現較出色

### 市場速報

- 13 嚴選乳酪 糖含量可相差逾倍  
20 手機原廠保用參差 電池或只保用半年  
25 手機操作系統不能更新 容易造成浪費  
32 年度超市價格調查——  
沐浴露/洗手液升幅高

### 測試報告

- 28 運動手環及智能手錶量度數據表現差距大

### 消費提示

- 42 認識眾籌利弊  
47 涉及售賣偽冒藥物案件的售貨員  
被判緩刑3年

### 投資智慧

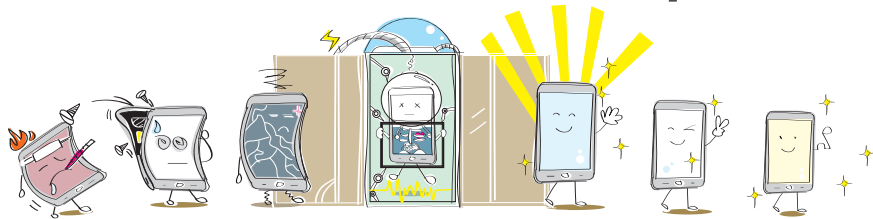
- 39 應該把強積金轉投「預設投資DIS」嗎?

### 投訴實錄

- 46 食肆的常見爭議

## 手機原廠保用參差 電池或只保用半年

p.20



本會收集了6個手機品牌的售後服務資料，發現原廠保用大多為主機保用一年，但用戶着緊的電池與充電器，個別品牌只保用6個月；保用期後更換電池的費用由\$28至\$608，維修屏幕則由\$159至\$2,070，差距極大，多個品牌的收費都不便宜。

網上《選擇》月刊 <http://choice.yp.com.hk>



## 嚴選乳酪 糖含量可相差逾倍

乳酪一向被視作健康食品，有人甚至進食乳酪減肥。本會的調查卻發現乳酪糖分高低差異大，三種口味乳酪樣本中，平均糖含量最高的是原味添加糖乳酪，每100克平均含13.2克糖，最低的是原味無添加糖乳酪，平均含5.9克糖，想食得健康，便要懂得選擇。

p.13



## 保濕面膜效果及價格懸殊 7款表現較出色

p.4

日常為肌膚做好保濕，肌膚更顯水潤亮澤。測試了40款保濕面膜，發現保濕效果懸殊，7款整體表現較出色，當中價格最相宜的每片只需\$14。