

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。

推行長者友善消費政策 人口老化也可造就社會共贏

月初，本會發表《風險或機遇——共建長者友善消費環境的研究》，報告發現雖然年長人士的社交生活依然活躍，而且消費能力不弱，但市場上適合他們的產品和服務均不足夠，服務態度亦甚為參差，輕則嫌棄老人家手腳慢，冷漠對待他們的查詢和要求，嚴重者更有無良商戶圖謀不軌，硬銷產品或坐地起價，佔他們便宜。報告發表後，長者們深有共鳴，可見他們日常的消費經驗並不愉快。

在香港，人口老齡化已是不爭的現實，未來20年，年長消費者的人數將會急速增加。隨着年齡增長，他們在生理和心理上都會逐步退化，成為脆弱的消費族群，增加受不良營商手法傷害的風險。維護長者消費權益的問題已迫在眉睫，若社會普遍心態仍然停留在人越老，消費力越差，提供服務越麻煩，所衍生的問題只會不斷惡化，將來想解決亦更加困難。

本會強調，在人口老化和維護長者消費權益的問題上，有危亦有機，端視乎社會取態和各持份者的關注程度和積極性。隨着嬰兒潮世代踏入晚年，年長消費群的消費能力會進一步提高，市場潛力不容小覷。若社會各界明白到這些問題必須共同承擔，便有機會將負擔變為機遇，促使一個龐大和健康的銀髮市場逐漸形成，蓬勃發展。

綜觀海外市場，無論是政府、學術界以至商界，都以前瞻態度處理人口老化所引出的消費者保障問題，以日本為例，政府透過修訂現有的消費者保護法案，讓消費者可取消牽涉過量銷售的合約，從而保障包括長者在內的弱勢人士的權益。也有大學推行試驗計劃，在人口達40萬的市鎮建立一個長者友善社區，便利店集團與長者護理機構合作，在便利店之內加設售賣專為長者而設的產品例如手杖等，更設有長者支援的諮詢服務。在歐美各地亦有不少樂齡科技項目正積極開拓，由此可見，要達致共融、友善的消費環境，社會上下通力合作，缺一不可。

香港現時針對長者的政策可以分為兩個主軸，覆蓋的主要是社會上較貧窮和較富裕兩端之長者，前者以福利為主導，例如長者生活津貼或長者綜援等；後者面向較富裕的一群，由長者屋、銀色債券到年金，參與的長者必須擁有一定的財富才可享受得到。民間和商界也陸續推出各式長者友善的活動、服務和產品，然而措施相對分散，欠缺總體規劃和一個長遠的發展藍圖。

老齡化、長壽化，是全球各國必須面對的課題。政府勢必要擔當統籌和牽頭的關鍵角色。根據世界衛生組織的定義，一個長者及年齡友善的城市，必須在8個範疇加入促進積極和健康晚年的元素，包括室外空間和建築、交通、房屋、社會參與、尊重和社會包容、公民參與和就業、訊息交流、社區與健康服務。

本會認為，建構長者友善的消費環境是建立年齡友善城市的重要一環，但不能一蹴而就，除政府牽頭及各持份者的努力外，長者的參與尤為重要，要扶助長者公平參與市場，首要任務是加強長者對資訊科技的應用能力和人際網絡的支援。本會發表這報告，期望推動社會思考和討論如何從消費者角度迎接銀髮經濟的風險和機遇，讓長者在友善的消費環境下安享晚年。

選擇



封面人物：麥美恩

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。

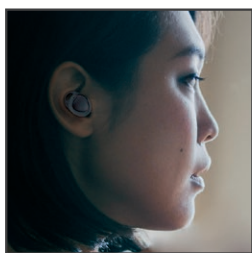
本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

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

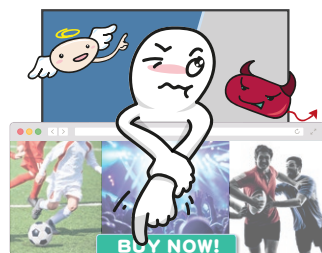
2856 3123
3173 9488



p.24



p.28



p.38



p.42

儲水式熱水爐能源效益大檢測 僅1款達1級 4款只達5級!

本會與機電工程署合作測試12款儲水式電熱水爐的安全及效能。樣本都通過主要的安全測試項目，但能源效益表現參差，若根據現行的自願性能源效益標籤評級標準，僅1款獲1級能源效益級別，4款更只達5級水平!



p. 17

封面專題

- 4 40款豆腐只有2款驗出屬「高鈣」
僅四分之一為「低脂」食品

測試報告

- 17 儲水式熱水爐能源效益大檢測
僅1款達1級 4款只達5級!
- 24 7款入耳式耳機音質悅耳
電池可用時間部分不足3小時
- 28 咖啡機製作咖啡速度相差3倍

市場速報

- 31 僱主如何揀選綜合保險
為外傭假日受傷或生病提供醫療保障?
- 38 透過二手平台買賣門券 欠保障風險高

健康錦囊

- 42 如何判斷中藥調經食品是否適合自身體質?

投資智慧

- 45 無牌「投資專家」活躍社交網絡
追隨者慎防損失慘重

投訴實錄

- 46 銷售水機及濾水器投訴惹關注

僱主如何揀選綜合保險 為外傭假日受傷或生病提供醫療保障?

眾所周知，法例規定僱主必須為僱員購買「勞工保險」，但原來外傭在休假期間發生意外或生病，僱主也須為外傭提供免費醫療甚或死亡的善後費用。僱主是否須另購綜合保障計劃?有關保險能否為僱主及家傭提供足夠保障?

p.31



p.4

40款豆腐只有2款驗出屬「高鈣」 僅四分之一為「低脂」食品

本會搜集40款市面常見的預先及非預先包裝豆腐樣本進行測試，全部樣本通過重金屬及防腐劑測試；營養素測試方面，樣本的鈣含量由每100克16毫克至420毫克，相差高達25倍，只有2款屬於「高鈣」食物，而逾7成的豆腐樣本並非「低脂」食品。