

立法會十題：消委會「每周精明格價」計劃

以下為商務及經濟發展局局長劉吳惠蘭今日（十一月五日）在立法會會議上就劉慧卿議員的提問的書面答覆：

問題：

消費者委員會（消委會）最近獲政府增撥五百萬元擴大其貨品價格比較計劃，為消費者提供更全面的貨品價格資訊。有評論指出，由於現時消委會每次在不同地區抽查不同類型和品牌的產品作價格比較，有關的調查結果只能反映當日的售價，而未能反映價格趨勢，以致參考價值成疑。為此，行政機關可否告知本會，是否知悉消委會：

（一） 選取貨品作價格比較的標準為何，並列出近半年進行的價格調查所包含的貨品數目、每周出現相同貨品的比率，以及有關的零售點數目；

（二） 會否改為每次均抽取相同類型及品牌的貨品（特別是日用品）進行價格比較，藉此反映價格趨勢，增加其參考價值；若會，詳情為何；若否，原因為何；及

（三） 有否發現小商戶當知悉消委會公布其貨品售價為最低時便把貨品的價格調高，以及大型連鎖超級市場在價格調查公布後立即調低有關貨品的售價，但數天後即恢復舊價；若有該等情況，有何應對措施？

答覆：

主席：

（一） 消費者委員會（消委會）的「每周精明格價」計劃，目的是讓消費者知悉店鋪間可能出現的價錢差異。我們認為，增加貨品價格的透明度，將有助促進市場資訊的流通，協助消費者作出更精明的消費選擇。根據該計劃，消委會現時每周選擇一區，調查該區內約四十種市民經常購買的食物和日用品的零售價格。調查對象為該區約二十個不同類型的零售點，如超級市場、藥房、凍肉店、化妝品連鎖店及士多等。零售商無法預知調查的地區、貨品及零售點，因此亦無法透

過預先調整售價去影響調查的可信度。消委會除了公布貨品的零售價格外，亦會公布該等零售點的名字。消委會亦會把這些零售點的價格與大型超市網上價格同時列出，供消費者比較。調查結果會透過當區民政事務處諮詢服務中心、報章、電子傳媒及消委會網頁發布。

由本年五月至十月底，消委會共進行了十八次「精明格價」，共調查了約五百二十項貨品的價格，涵蓋的零售點約為二百六十個。「每周精明格價」性質與「追蹤調查」不同，因此不會將同樣貨品納入每次的調查範圍內。

(二) 消費者日常購買的食品及日用品種類繁多，售賣同一項貨品的零售點亦多不勝數，而且零售點亦會經常改變其售賣的貨品種類、款式及價格。因此，如果將現時的計劃改為「追蹤調查」，即以反映價格趨勢為目標，則必須動用非常龐大的資源，才能長期監察各種貨品在不同區域多個零售點的零售價走勢。作為提供參考給消費者，未必合乎成本效益。其實政府有搜集不同消費品類別價格的趨勢，市民可從政府統計處每月出版的《消費物價指數月報》獲得有關資訊(網為

http://www.censtatd.gov.hk/products_and_services/products/publications/statistical_report/prices_household_expenditure/index_tc_cd_B1060001_dt_latest.jsp)。

(三) 消委會綜合了多次「精明格價」調查，發現部份零售商有把貨品售價調高的情況，但亦有些把價格調低。本港是一個自由競爭市場，零售商可按自己的市場策略決定其貨品價格。消委會藉著價格調查，可增加市場的透明度，促進資訊流通，有助提醒消費者留意貨品於不同零售點可能出現的價格差異，協助他們按自己的需要作出明智的選擇。

完

2008年11月5日(星期三)