



2010/10/31 20:48

To cpr@cedb.gov.hk

cc

bcc

Subject 「打擊不良營商手法，立法保障消費權益」諮詢意見書

Urgent Return receipt Sign Encrypt

敬啓者：

附件爲本人對就「打擊不良營商手法，立法保障消費權益」諮詢文件之意見書。

敬請查收

此致
商務及經濟發展局

香港美容出版社有限公司
總編輯

葉世雄



立法保障消費權益諮詢文件意見書—香港美容出版社.doc

商務及經濟發展局
工商及旅遊科
特別職務部

敬啟者：

本人就政府建議立法加強保障消費權益、打擊不良營商手法諮詢文件的意見如下。

保障消費權益、打擊不良營商手法，是毫無討論空間、必須盡快落實執行的重要事情。值得討論的是方法。立法固然是比較直接的方法，但香港作為一個商業社會，建議政府必須在考慮到在立法保障消費者和方便營商、買賣雙方利益平衡等問題上取得平衡。加上一例立，一弊生，建議日後制定有關係例時，務必採取針對性，而非概括性、有關係例必須清晰易明，不易混淆、避免灰色地帶的出現等原則，並只作最底程度的立法，以盡量減少對營商者（尤其中小企）的不必要影響和營運成本的增加。

就有關擬禁止的不良營商手法如虛假商品說明、誤導性遺漏、高壓式銷售手法、餌透式銷售手法、接受付款時沒有意圖或能力提供產品等，立法時若能做到定義得清楚明確，讓買賣雙方清楚明白各自的權責，方能讓條例奏效。反之，勢必製造大量沒完沒了的訴訟與爭議。

有關建議《條例》中的「商品」定義擴闊至「服務」一項，基於貨物與服務在性質上存在基本的差異，甚至同類型服務亦可能存在功能、品質、規格上的極大差異，除非政府能為各行各業的各種服務制定必須向客人披露的規格指引，否則後果可能會是殷實商人無所適從或誤墮法網，奸商則透過遊走於法律隙縫的灰色地帶繼續欺壓消費者。

至於強制性冷靜期的安排，建議絕不可濫施於太多行業。

冷靜期應有的意義，是為一個人可能會在不太冷靜時作出了一個長遠或重大的決

定(或採購);又或者是無法在短時間內對所作的重大或長遠決定的內容達至充分了解,但當時又必須作出決定,所以最好便是在作出決定之後,仍給予適當的時間讓其再考慮、研究清楚(即是給予一個反悔的機會)。至於所謂重大,不一定是以金錢來衡量的。因此現時買一部數百萬的汽車不會有冷靜期,買一份月供數百元的人壽保險則有冷靜期;買一層千萬的樓宇沒有冷靜期,但花一千幾百圓辦離婚則會有冷靜期(分居期)。

就有部份人建議為美容服務增設冷靜期,本人表示極度反對。因為美容服務和產品,內容絕對不算複雜或難以理解,購買美容服務亦不是一項影響深遠的重大決定。

而即使強加冷靜期於預邀式美容服務銷售,亦不能解決近年較常見,針對美容界的投訴如:預付費用後經常未能成功預約獲取服務、美容院結業引致於損失預繳款項、與纖體公司簽訂的合約有不公平條款等,冷靜期對於這類問題都是無甚幫助的。遇著不良的營商者,假若制定 14 天強制性冷靜期,相信交易後首 14 天消費者的預約一定非常順利,冷靜期過後奸商才會露出其狐狸尾巴,欺壓消費者;遇上美容院倒閉情況,即使消費者付款後仍處於冷靜期內,仍是無法要求已倒閉了的美容院退回已收取消費者的款項,因此跟本起不到保障預邀款項的功能;至於那些不平等、不合理的代言人合約,牽涉的是法律知識、邏輯思考的問題,消費者亦往往是在簽署合約後頗長時間(例如完成瘦身療程但未達合約標準時)才發現合約條文的問題,這亦非冷靜期所能保護。

強制冷靜期確實在消費者因被不合理長時間游說或以高壓手法迫使購買服務的情況下,起到讓消費者在「脫身」後,可取消在不情願情況下所購買之服務的功能,但此舉卻同時讓以高壓手法迫使消費者購買服務的奸商,在遇到投訴時只要遵從冷靜期的規定作出退款,便可以低成本地脫身。根本無法阻止奸商繼續施行施展其不良銷售手法。

強加冷靜期於美容業,不單不能有效解決部份議員們提出的有關問題,更只會令面對繁重行政工作(如 MPF 的計算、馬上開始的最低工資計算,和一定會隨之出現的

最高工時計算，再加上實行強制冷靜期所帶來的各種會計和退款手續及成本)和經營成本日重而艱苦掙扎的中小型美容院百上加斤，迫使其被淘汰，到時勢必引至更多投訴，亦會有更多敗於制度下的殷實中小企被標籤為夾帶私逃的奸商。

要打擊不良營商手法，保障消費者權益的有效方法，應該是加強執法，要求警方改變現時採取完全不願意處理、不願意牽涉入消費糾紛案件（即使事件有明顯的違法嫌疑）的不負責任態度，積極處理有關案件，嚴懲不法商人，讓其付上沉重代價，起殺一警百的示範作用，定能有效阻止不當之風漫延。同時政府亦可為有需要之行業提供協助與支援，發展出一套健康有序的行規、守則。相信一套合理、平衡行規，作為奉公守法的大多數經營者，都會樂於遵從。

本人謹提供以上意見供局方參考。

此致

商務及經濟發展局

香港美容出版社有限公司

總編輯 葉世雄

2010年10月31日