

商务及经济发展局

工商及旅游科

打击不良营商手法

立法保障消费者权益

公众咨询文件

本咨询文件可以在以下网址下载：

<http://www.cedb.gov.hk/citb>

2010年7月15日

本咨询文件由商务及经济发展局工商及旅游科编写。欢迎公众及关心这课题的人士就载列于本文件的建议提出意见。请于2010年10月31日或之前以邮寄、传真或电邮方式提出意见：

地址： 香港金钟道88号  
太古广场一期29楼  
商务及经济发展局  
工商及旅游科  
特别职务部

传真号码： 2869 4420

电邮地址： cpr@cedb.gov.hk

我们亦欢迎公众人士透过 [www.facebook.com/ConsumerProtectionReview](http://www.facebook.com/ConsumerProtectionReview) 发表意见。

市民可按其意愿在递交意见时附上个人资料。任何在意见书上提供的个人数据，只会用于是次咨询的用途。

收集所得的意见书和个人资料或会转交有关的政府决策局和部门，用于与是次咨询直接相关的用途。获取资料的政府决策局和部门日后亦只可把该些数据用于同一用途。

本局在公众咨询结束后，或会刊载就本咨询文件所递交的意见书。当本局刊载收集得来的公众意见书时，如你不愿意公开你的姓名、及/或所属机构名称，请在提出意见时说明。

任何向本局提交意见书的寄件人，均有权查阅及更正其意见书附列的个人资料。查阅或更正个人资料的要求，应以书面提出：

地址： 香港金钟道88号  
太古广场一期29楼  
商务及经济发展局  
工商及旅游科  
特别职务部

传真号码： 2869 4420

电邮地址： cpr@cedb.gov.hk

商务及经济发展局  
2010年7月

## 鸣谢

英国《2008年保障消费者免于不公平交易规例》(Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008) 是依照英国国家文书出版署所发出的《官方版权政策指引》(Crown Copyright Policy Guidance) 的条款转载。

澳洲《1974年营商法》(Trade Practices Act 1974) 是根据授权转载，并非正式或认可的版本。转载的部分受澳大利亚联邦版权规例限制。

# 目录

章		页
	行政摘要	i 至 ii
1	引言	1 至 3
2	拟禁止的不良营商手法	4 至 10
3	有效执法	11 至 14
4	为特定界别而设的制度	15 至 17
5	消费者申诉	18 至 19
6	冷静期安排	20 至 23
7	下一步工作	24 至 26
附件		
A	英国《2008年保障消费者免于不公平交易规例》相关条文(译本)	1 至 5
B	澳洲《1974年营商法》相关条文(译本)	6 至 7
C	建议扩大有关“货品的商品说明”定义	8 至 9
D	有关“服务的商品说明”的建议定义	10
E	《商品说明条例》第26及27条	11 至 12
F	英国及澳洲采用的遵从为本机制	13
G	规管专业人士注册安排的法例	14 至 15

## 行政摘要

政府已就保障消费者的法例(尤其是《商品说明条例》(《条例》)(第 362 章))完成检讨,我们的政策目标是在加强保障消费者免受不良营商手法影响之余,同时确保企业之间有公平的竞争环境。保护消费者的合法权益固然重要,但我们也致力确保企业毋须承受不必要的规管或窒碍它们以创新手法进行推广活动。

2. 我们在检讨的过程中,仔细考虑了消费者委员会早前的建议,以及本地市场发展对消费权益的影响,并参考了海外规管架构的安排。本咨询文件载列我们拟议的改善措施,希望广征民意。

3. 我们建议的改善措施,主要是透过修订《条例》落实。为打击误导性遗漏、高压式手法、“饵诱式手法”,以及接受款项时并无意图或能力提供合约订定的货品或服务这几种不良营商手法,我们建议订立新的刑事惩处,以阻吓及惩罚违法之徒。现时《条例》禁止就货品作出虚假商品说明,我们建议扩阔其范围以涵盖有关服务的商品说明。本文件第二章概述了上述几种不良营商手法的拟议定义及罚则。该章亦载列了在有关刑事法律程序中可援引的免责辩护条款的细节。

4. 新订立禁止不良营商手法的条文,需要有效并合宜的执法制度配合。我们建议由香港海关负责执行拟议的刑事条文,并赋予海关额外的执法权力。此外,我们建议设立遵从为本的机制,与刑事惩处相辅相成。按此机制,海关有权要求涉嫌使用不良营商手法的营商者作出承诺,停止及不重犯违规的行为。如有需要,海关有权向法庭申请禁制令。我们相信,这个机制不单有助促进商界守法,同时令涉及不良营商手法的消费者投诉个案,可以较快和更妥善地获得解决。有关执法的详细建议载于第三章。

5. 我们的立法建议,除另有指明外,将适用于所有界别。我们在第四章建议,因应有关界别已有特定的架构规管,金融服务、物业交易,以及由法例成立的规管机构规管的专业界别,将不被纳入扩阔后的《条例》所涵盖的范围。就电讯及广播服务,我们建议赋予有关界别的规管机构与海关相同

的执法权力，执行《条例》内有关公平营商的条文。

6. 虽然拟议的遵从为本机制将有助解决消费者的投诉，但部份消费者或仍希望到法庭申诉。我们建议在《条例》订明，消费者有权向被定罪的人士作出私人民事诉讼。这项建议不仅有助受屈消费者讨回公道，亦能促进商界妥守法律。另外，我们建议，法庭应获赋权，当法庭裁定违法者触犯了《条例》有关公平营商手法的条文，法庭可命令违法者向消费者赔偿。上述两项建议载于本文件第五章。

7. 在文件第六章，我们建议就时光共享使用权、长期度假产品，以及以非应邀形式到访消费者住所或工作地点期间订立的交易，实施冷静期。我们是基于有关产品的特殊性质，以及进行交易时的情况，而作出有关建议。

8. 本文件第七章列出我们各项建议。我们相信，建议能在保障消费者合法权益和维持企业的运作效率之间，取得合理平衡。建议对消费者和殷实商人均有裨益，亦符合香港整体利益。

# 第一章

## 引言

1.1 政府致力保障消费者的合理权益。我们希望建立有效、具透明度，对消费者及企业双方均公平公正的制度，为社会带来公义之余，也有助经济发展。不仅保障本地消费者的利益，亦会加强香港作为旅游和购物天堂的吸引力。

1.2 有效的消费者保障制度，能让消费者和企业放心地进行公平的交易。有效的制度包括几项重要元素。首先，消费者应赋备有相关的技巧、知识及信息，让他们按自己的意志作出知情的选择。当消费者的权益受损时，他们应可循适当及便捷的渠道，讨回公道。宣传教育工作有助提高消费者认识本身的权利，以及负责任地行使这些权利。

1.3 另一方面，对企业的规管要求，必须清晰及减至最少，以免影响企业营运效率或窒碍它们以合情合理的方法运用创意进行市场推广活动。有效及适度推行消费者权益，能为殷实企业创造公平的竞争环境。消费者乐于消费，有助提升企业生意额及收益。

### 现行法例

1.4 本港订有多项条例，保障消费者不同方面的利益。《商品说明条例》（《条例》）（第 362 章）、《度量衡条例》（第 68 章），以及《失实陈述条例》（第 284 章），分别就货品作出的虚假商品说明、欠准确的计量和失实陈述作出规管。《不合情理合约条例》（第 458 章）、《货品售卖条例》（第 26 章）及《服务提供（隐含条款）条例》（第 457 章）规管与合约相关的事宜；而《消费品安全条例》（第 456 章）及《玩具及儿童产品安全条例》（第 424 章）则规管与产品安全相关事宜。

1.5 过去政府一直因应社会经济发展，完善上述条例的可用性。较近期的改进措施包括修订《条例》以禁止具误导性的价格标示，以及规定售卖某些贵金属及宝石时需要披露的重要货品数据。我们亦修订了《玩具及儿童产品安全条例》，藉此引入及采纳最新的国际安全标准或主要经济体系采用的

标准。

1.6 近年来营商手法层出不穷，市面上出现了一些危害消费者利益的不良营商手法。因应这些发展，当局有需要就现行规管制度进行检讨，确保制度能符合社会大众的需要和期望。不良营商手法大都源于两种情况：信息不对称及不当影响。常见的不良手法，包括虚假商品说明、具误导性的遗漏、“饵诱式手法”及接受款项时没有意图或能力提供合约订明的货品及服务(下文统称“产品”)，都是利用消费者掌握信息不足的情况，侵害消费者的权益。另一方面，威吓手法旨在向消费者施加不当影响，令消费者作出若没有受这些影响下不会作出的决定。

## 检讨的重点及取向

1.7 政府就现行有关不良营商手法的法例所作的检讨，参详了消费者委员会(消委会)在 2008 年发表名为《公平营商·买卖共赢》的报告书所载的建议。我们亦参考了社会各界提出的建议、可能会影响消费者利益的最新市场发展，以及外地的保障消费者制度。我们得出的结果和拟议的改善措施载于本文件以下各章。

1.8 我们建议提升保障消费者权益的重点，是要改善信息流通，并确保消费者能按其自由意志作出知情的决定。保障消费者权益之余，同样重要的是要维持企业运作效率。对于绝大部分以殷实营商的企业，我们要维护其业务运作，不可过份规管。我们拟议的新措施是要针对订明的不良营商手法。

1.9 我们参考了英国及澳洲相关的法律条文及执法机制(附件 A 及 B 分别载列英国及澳洲相关的法律条文)。两地均订立刑事罪行，打击并惩处采用不良营商手法的不法商人。另外，两地在订定被禁止的不良营商手法的条文，均采用概括性及具前瞻性的方式，以处理不同类型的消费交易以及不断改变的市场情况。

1.10 现时《条例》已订有条文禁止就货品作出虚假商品说明。我们建议透过修订《条例》落实加强对消费者的保障。相比另订一条全新的法例，修例的方式能更快捷地应付我们目前面对的迫切问题，市民大众亦普遍支持我们从速处理。



1.11 为配合拟议的新规管要求，我们必须确立一个适度及具透明度的执法制度，让执法当局可以采取合宜及具针对性的行动，保障消费者利益。与此同时，我们建议在刑事司法程序中，提供适当的辩护条款，以防殷实商人误堕法网。

1.12 倡议赋权与消费者，提高消费权益的意识，与法例的保障同样重要。政府会继续竭尽所能，与消委会及其它持份者合作推行上述工作，包括接触较弱勢的群体。

## 第二章

### 拟禁止的不良营商手法

2.1 本章载述我们就取缔常见不良营商手法所作的修例建议、可在法院法律程序中提出的免责辩护，以及新订罪行的拟议罚则。二零零九年，消委会合共收到 34,114 宗投诉，其中 8,276 宗牵涉不良营商手法(4,081 宗关乎结构性金融产品、2,776 宗涉及其它类别服务，其余 1,419 宗涉及货品)。举报个案大多牵涉失实陈述、高压或威吓手法，以及“饵诱式销售”手法。

#### 虛假商品说明

##### 现行管制

2.2 虛假说明或失实陈述令消费者不能作出有依据的选择，是不能接受的行为。现时，《条例》是禁止虛假商品说明的主要法例。根据《条例》，任何人在营商过程或业务运作中就任何货品的任何指明范畴作出虛假达关键程度或具误导性的显示(不论是直接或间接、口头或书面应用在货品上或广告内)，即属犯罪。一经循公诉程序定罪，可处罚款 50 万元及监禁 5 年，或一经循简易程序定罪，可处第六级罚款(现时为 10 万元)及监禁 2 年。可是，《条例》不适用于服务行业。香港是服务型经济体系，故有必要堵塞此法例漏洞。

##### 建议

2.3 货品及服务供货商均有责任提供产品真确数据。为弥补现行《条例》的不足，我们建议扩大《条例》的适用范围，以涵盖消费服务交易的商品说明。就“服务”一词的法律定义，我们建议界定为包括在消费合约中“提供或将会提供、授予或赋予的任何权益、利益、特权或便利”，但不包括根据雇佣合约提供或将会提供的权利、特权或便利。

2.4 现时，《条例》第 2 条订明与货品有关的“商品说明”。任何人若将虚假商品说明应用于货品，即属犯罪。我们认为，现时有关货品的商品说明的定义过于狭窄，未能应付不断演变的营商手法。现时没有列入《条例》的相关说明(例如标价)便不受规管。为加强保障消费者，我们建议按附件 C 所载，扩大有关货品的商品说明定义。

2.5 同样地，我们建议按附件 D 所载，界定与消费服务交易有关的商品说明。

## 误导遗漏

2.6 另一种不良营商手法是遗漏资料。若企业把数据完全遗漏或陈述欠缺清晰，令消费者因无法掌握关键数据而产生误导的后果，消费者的权益可能受损。尽管消费者有权利和责任查询相关数据，但他们或许对产品认识不深，无从提出恰当的问题。

## 现行管制

2.7 现时，根据《条例》第 4 条，行政长官会同行政会议可藉命令，规定任何货品须在营商过程或业务运作中附有某些数据。按照这种“明确表列方式”，企业须向消费者提供必要数据<sup>1</sup>。以此方式为消费者提供的保障，只局限于订明的货品，相对于层出不穷的新货品，显然不能应付。如将《条例》的适用范围扩大至包涵服务行业，问题会更复杂。由于市面上新产品源源不绝，现有产品又会不断改良，以《条例》现时的方式规管，实无法有效对付误导遗漏的问题。

## 建议

2.8 企业经营者和服务提供者均有基本责任就产品向消费者提供准确、真实及相关的资料。我们认为应采取前瞻性、防患未然，而且能应付市场状况不断转变的方式，对付误导遗漏的问题。我们建议修订《条例》，把以下误导遗漏列为罪行：

---

<sup>1</sup> 這類命令現時共有五條，就銷售黃金及黃金合金、白金、天然翡翠、鑽石和五類指明電子產品訂明提供資料的規定。

- (a) 按照实际情况，某种商业手法如遗漏或隐瞒“重要数据”或提供的重要数据不明确或含糊，并因此导致一般消费者如没有碰到上述情况便不会作出交易决定<sup>2</sup>，即视为“误导遗漏”；以及
- (b) 判断某种手法是否误导遗漏，应考虑该商业手法的所有特点及情况<sup>3</sup>。

2.9 对于可能引起商界关注的建议罪行的规管范围，**我们建议为在刑事法律程序的被告提供合适的免责辩护条文**(见下文第 2.22 段)。此外，我们会发出执法指引，以提高社会对新法例的认识。随着当局审慎执法，加上累积的案例，商界及消费者将能逐渐掌握拟议法律条文提供的保障，以及甚么情况可能构成违法行为。

2.10 我们必须强调，消费者是有权利亦有责任在交易前索取相关数据。若消费者掌握的数据不足以让他们作出知情的决定，是不应进行交易的。产品供货商因应消费者查询提供的数据如构成虚假商品说明，会受《条例》有关失实陈述的现行及建议条文约制。

## 威吓手法

2.11 另一种备受关注的不良营商手法是运用威吓或高压手法<sup>4</sup>。消费者承受不当压力时，选择自由可能会受损，以致影响他们的消费行为。

---

<sup>2</sup> “交易决定”指消费者就会否、如何以及根据什么条款，决定购买产品，就产品付款以及保留或放弃产品；以及就某产品行使合约权利作出决定。

<sup>3</sup> 这些特点及情况可以包括商业手法所用传达媒体的限制。如商业手法所用传达媒体有时空限制，当局可考虑商户有否采取措施，循其他途径向消费者提供资料。

<sup>4</sup> 威吓或高压手法的形式多种多样，例如推销员以骚扰手法推销；扣留消费者的私人物品；长时间不断推销或阻止消费者离开店铺。

## 现行管制

2.12 现行的普通法及法定刑事罪行是可以对付部分上述不良手法<sup>5</sup>。然而，刑事检控举证门坎较高，很多情况下必须证明犯罪意图。另外，虽然受屈的消费者可循私人诉讼寻求解决方法<sup>6</sup>，但是，大部份消费者未必愿意透过法庭进行追讨。所以现行刑事法及私法制度未能完全有效对付在消费交易过程中使用威吓的不良手法。

## 建议

2.13 我们建议在《条例》增订严格法律责任罪行<sup>7</sup>，禁止消费交易过程中使用威吓手法，以加强对消费者的保障。在考虑所有实情和相关因素的前提下，利用骚扰、强迫或不当影响的手法，严重损害一般消费者选择商品的自由或行为，因而导致他们如没有碰到上述情况便不会作出交易决定，将被视作威吓手法。我们亦建议在《条例》以非尽列形式，列出在判断某种手法是否利用骚扰、强迫或不当影响时所应考虑的因素<sup>8</sup>。我们相信，我们前述的建议可灵活对付不同的威吓手法，同时就执法过程中须考虑的因素为各方提供有用的指引。

### “饵诱式销售”手法

2.14 “饵诱式销售”手法是指商户以减价或非常优惠条件宣传或推广产品，却没有合理数量或能力足以应付可以预期的需求。商户利用宣传的产品饵诱消费者进入店铺，藉以各种借口推销较昂贵产品。

---

<sup>5</sup> 举例来说，如消费者遭受暴力对待(或遭恐吓会受暴力对待)，可引用普通袭击罪或相关罪行处理。如消费者受语言威胁，可引用恐吓罪行。如消费者在违反本身意愿的情况下被扣留，可引用“强行带走或禁锢”罪行。如以欺骗或欺诈手段取得财产，《盗窃罪条例》(第210章)所订各项欺骗及欺诈罪行，以及普通法有关串谋诈骗罪行均适用。

<sup>6</sup> 受屈一方可以引用普通法中威迫或不当影响的原则撤销交易。

<sup>7</sup> 严格法律责任罪行无须对具体心态(例如意图导致受害人放弃财产)举证。在英国及澳洲，违反有关禁止指明威吓手法的条文，属严格法律责任罪行。

<sup>8</sup> 应考虑的因素包括采取相关手法的時間、地點、性質或持續情況；使用威脅或侮辱語言或行為；商戶知悉並利用消費者某些不幸情況或狀況，嚴重程度足以損害消費者的判斷力，並影響他的決定。

## 现行管制

2.15 目前，法例对“饵诱式销售”手法的管制有限。若企业对货品性能或强度作出失实陈述，企图令消费者转购其它替代产品，《条例》相关的虚假商品说明条文可作引用执法。不过，《条例》目前不适用于服务行业。此外，法例并无规定企业须就宣传的产品确保数量足以应付需求。如循刑事法律程序检控欺骗罪行，证明犯罪意图的举证门坎较高。

## 建议

2.16 为针对打击饵诱式销售的不良手法，我们建议在《条例》就消费交易增订下述两项罪行：

### “饵诱式广告宣传”

在考虑其经营业务的市场和广告的性质后，某人如没有合理理由相信，能在属合理的期间以订明价格提供合理数量的产品，则该名人士不得宣传以该价格提供有关产品，否则便属违法。我们建议将上述罪行订立为严格法律责任罪行。

### “饵诱式销售”

我们建议禁止任何人，用订明的价格推销某些产品，但意图却是透过各种手段<sup>9</sup>推销另一种产品，并将此订为罪行。执法部门会就商户有推销代替品的意图提出举证。

2.17 为确保真诚行事的企业不会因无心之失而触犯上述两项拟议罪行，我们建议在刑事法律程序中提供合适的**免责辩护**。举例来说，被告如能证明已立即采取补救行动(例如补充存货、使另一供货商以相同条件提供相同产品或服务，或以相同条件提供同等产品或服务)，或被告已清楚和真确地在广告数据内列明以订明价格提供的产品的存量并全数把它们推出发售，可作为抗辩理由。

---

<sup>9</sup> 这些手段包括拒绝展示宣传的产品，拒绝顾客订购或在合理时间内送货，或展示损坏的货品样本。

## 接受付款时没有意图或能力提供产品

2.18 以预缴方式购买货品或服务的消费模式日趋普及。消费者一般可享折扣优惠，预缴费用又可增加企业的现金流量，可说是一举两得。不过，当企业并无意图或能力提供合约规定的产品，却接受预缴费用欺骗消费者，则会衍生许多问题。因为信息不对称的原因，消费者未必能够查证企业是否真正有能力信守承诺，提供有关货品或服务。社会大众十分关注有个别企业在有倒闭危机前仍然接受预缴费用，或经常出现超额预约服务的情况。

### 现行管制

2.19 受屈的消费者如认为有违反合约的情况，可提出民事诉讼，要求商户按合约得到赔偿或补救<sup>10</sup>。不过，大部份消费者未必有诱因透过法庭以民事诉讼方式解决。现时《盗窃罪条例》所订的刑事罪行和普通法所订的“串谋诈骗”罪，可被援引，用作打击上述不良营商手法，但仍须视乎个案的事实和证据是否充分，而且举证门坎较高。

### 建议

2.20 针对现行法例的局限，及打击上述的不良营商手法，我们建议在一般刑事法罪行以外，订立针对消费交易的法规。我们建议在《条例》增订罪行，禁止任何人在接受付款(或其它代价)时有意图不提供合约订明的产品，或提供与合约订明产品有重大分别的产品。我们亦建议订立严格法律责任的罪行，规定营商者在接受付款时，如没有合理理由相信能在合约指明期间提供产品，即属犯罪。

---

<sup>10</sup> 賣方有責任根據相關合約條款交付貨品或提供服務。如合約沒有訂明時間，就貨品而言，《貨品售賣條例》(第 26 章)第 31(2)條規定賣方“須在合理時間內”交付貨品；就服務而言，《服務提供(隱含條款)條例》(第 457 章)第 6(1)條訂明提供者“須在合理時間內”提供該項服務。

## 拟议罚则及免责辩护

### 建议

2.21 《条例》第 18(1)条就违反现行禁止就货品作出虚假商品说明的条文，施加罚款及监禁<sup>11</sup>。为确保处理各种不良营商手法的一致性，我们建议，现时《条例》订明的最高刑罚，应同样适用于拟议新罪行。拟议新罪行订立后，我们会参考实际经验，检视是否需要修订罚则<sup>12</sup>。

2.22 《条例》第 26 及 27 条（载于附件 E）为《条例》中所列的将虚假商品说明应用于货品和其它罪行，订明一套在法律程序中可使用的免责辩护。根据第 26 条，如被告证明所犯罪行是因错误、依赖他人提供的数据，或出于意外（或其它原因），以及他已尽一切应尽的努力以避免犯罪，他可以作出免责辩护。第 27 条则为出版者提供免责辩护。我们建议，所有前述的免责辩护条款，应适用于所有拟议新罪行。

---

<sup>11</sup> 經循公訴程序定罪，可處罰款 50 萬元及監禁 5 年，或經循簡易程序定罪，可處第六級罰款（現時為 10 萬元）及監禁 2 年。

<sup>12</sup> 二零零七至二零零九年期間，共有 8 間公司和 174 人被裁判法庭裁定違反《條例》第 7 條罪名成立。所有被定罪人士都被判處罰款，最高為 10 萬元，其中 27 人亦被判處即時監禁（刑期最長達 4 個月），33 人被判處緩刑（刑期最長達 6 個月），另外 34 人被判社會服務令。法庭在所有這些個案判處的刑罰都低過《條例》所訂的最高刑罰。



## 第三章

### 有效执法

#### 引言

3.1 本章载述有关执法安排的建议，包括指定由香港海关(海关)负责执行第二章所载的拟议刑事条文，并赋予海关检查簿册及文件的权力，以确定是否有人已干犯或正在干犯任何罪行。我们并建议在刑事惩处外，设立遵从为本的民事机制，鼓励企业遵守《条例》。至于电讯业及广播业方面，我们建议电讯管理局(电讯局)及广播事务管理局(广管局)应获赋与海关相同的执法权力<sup>13</sup>。

#### 执法机关

3.2 目前，海关负责执行《条例》，包括有关就货品作出虚假商品说明(第7条)及进口带虚假商品说明的货品(第12条)的条文。

3.3 海关以多种形式执法，例如以定期及随机形式，抽查零售商铺，并进行便衣行动，购买可疑的货品进行测试。如怀疑商铺在业务过程作出有关货品的虚假商品说明，海关会调查跟进。海关成立的快速应变队伍，专责处理较急切的消费者投诉，并推行产品监控计划，抽验本地市场热门的消费产品，确保它们的产品描述符合法例要求。

#### 建议

3.4 我们建议由海关负责有关拟议罪行的执法工作，以善用该部门的执法经验及专业知识；并赋与电讯局及广管局相同权力，就电讯业及广播业执行有关条文(详见第四章)。当局会安排海关人员(以及电讯局及广管局人员)接受适当培训，以便肩负更大范畴的职责。我们亦建议向执法机构提供新的执法途径，详情载于本章以下部分。

---

<sup>13</sup> 参看下文第 4.11 及 4.12 段。

## 遵从为本机制

3.5 我们研究了先进经济体系的执法模式，除了刑事惩处外，执法机关亦可采取民事措施，处理涉嫌违反公平营商法例的情况。英国及澳洲均采用了遵从为本的机制。根据这机制，执法机关可与怀疑违反公平营商法例的商户商讨，要求商户作出承诺，停止及不再重复违法行为。如商户不合作，执法机关可向法庭申请禁制令。英国及澳洲采用的遵从为本机制的运作模式，载于附件F。

3.6 目前，我们只能倚赖《条例》的刑事惩处，惩罚和阻遏违法行为。订立民事措施能让执法机关可运用更多途径推动各方守法。具体来说，我们认为采用遵从为本的机制有下列优点：

- (a) 刑事检控的举证门槛较高，而且检控程序冗长。遵从为本模式可以更快达致更佳效果，受影响的消费者或可获得归还赔偿，而透过商户作出承诺或遵守法庭命令，可遏止违法行为，业界与消费者均会得益；
- (b) 刑事法律程序一般较长，所费不菲，相比之下，以遵从为本机制提供的民事途径处理消费者投诉，成本效益可能大得多；以及
- (c) 将营商者作出的承诺和法庭禁制令公布周知，也会有惩罚和阻吓作用。

## 建议

3.7 我们建议适当修订《条例》，实施遵从为本机制。执法机关有权使用机制下的民事途径，对付拟议罪行及现时将虚假商品说明应用于货品或将应用虚假商品说明的货品进口的罪行。

3.8 具体而言，海关、或电讯局或广管局(按其职能)会就投诉<sup>14</sup>作出调查，如投诉理据充分，可按实际情况要求企业承诺终止及不再作出违反公平营商条文的行为。执法机关有权公布企业作出的承诺。如企业违反任何作出的承诺或在执法

---

<sup>14</sup> 這些投訴包括由消委會或其他渠道轉介到執法機關的投訴。

机关认为适当的其它情况下，执法当局有权向法庭申请禁制令。法庭可颁令，饬令企业履行承诺，或不再作出构成或可能构成不公平营商罪行的行为，以及作出法庭认为适当的其它命令。

## 强化消委会角色

3.9 多年来，消委会一直与政府合力保障消费者的合法权益，合作无间。海关与消委会的合作尤其紧密，特别是在确保产品安全和处理怀疑就货品作出虚假商品说明方面的工作。拟议制度设立之后，消委会会继续担当调解重任。我们预期有了遵从为本机制，以及最终由执法机关提出刑事检控的保障，消委会调解工作的成效将会大大加强。为确保所有接获的投诉均获处理，**我们建议设立投诉转介机制**，让执法机关和消委会就各自接获的投诉进行协调，以采取适当行动跟进。

3.10 我们认为，引入遵从为本机制后，不少消费者提出的投诉，经消委会调解后，将能成功解决，余下个案亦能透过海关、电讯局或广管局(按其职能)要求企业作出承诺而得以处理。对于已作出承诺或接受法庭禁制令的企业，执法机关仍保留提出刑事检控的权力。执法机关会根据个案所有相关情况(例如违法事项的性质、所涉行为的严重程度、对社会的影响，以及该企业被投诉和执法行动的纪录)，决定援引一项或多项适用的途径进行执法。

## 检查簿册及文件的权力

3.11 落实执行禁止在服务交易中使用不良营商手法(例如饵诱式销售及接受付款时没有意图或能力提供产品)，相对规管货品会较为复杂。经检讨现时《条例》所赋的执法权力和成效，我们建议加强海关可向涉嫌违法者索取相关数据的权力，以便有效执法。

3.12 现时，《条例》第 15(1)(b)条赋权海关检查任何货品和进入任何非住用处所，以确定是否有人已干犯或正在干犯任何法例。不过，上述权力并不包括检查“簿册或文件”<sup>15</sup>。

---

<sup>15</sup> 《玩具及兒童產品安全條例》(第 424 章)第 20(1)(c)條及《消費品安全條例》(第 456 章)第 19(1)(c)條已賦予海關在產品安全方面，行使檢查簿冊或文件這項權力。

这项检查簿册或文件的权力，只有当海关根据第 15(1)(d)条有合理理由怀疑有人已干犯《条例》下的罪行，才能行使。这样的安排对海关执行《条例》下的附属法例时造成制肘<sup>16</sup>，海关难以采取主动性的执法行动。

3.13 我们预期，随着落实增订饵诱式广告宣传、饵诱式销售以及接受付款时没有意图或能力提供合约订明货品或服务罪行的建议，有必要赋权海关在巡查时检查簿册或文件，采取主动，查察及确定企业是否有足够货量，或是否已作出适当安排供应产品。

### 建议

3.14 我们建议修订《条例》第 15(1)(b)条，赋权海关检查簿册及文件，以及取走副本，以确定是否有人已干犯或正在干犯法例。建议可扩阔第 15(1)(d)条所赋的执法范围。就电讯业及广播业而言，电讯局及广管局会获赋予相同权力(请参阅第四章第 4.11 及 4.12 段)。

---

<sup>16</sup> 例如海關難以確保商戶遵守《商品說明(標記)(黃金及黃金合金)令》(第 362 章，附屬法例)的規定，保留發票文本至少三年。

## 第四章

### 为特定界别而设的制度

#### 引言

4.1 现时有个别界别已设有行业规管制度。本章阐述我们如何处理这些界别。

#### 背景

4.2 消委会在报告书建议，现行规管特定行业的制度，如符合以下条件，不应受新立法例建议影响：

- (a) 在执行上需要高度的专业和专门知识；以及
- (b) 相关法定规管架构已提供了与新立法建议相若和可并存的保障。

#### 建议

4.3 我们认同消委会观点并研究了主要界别的运作。建议金融服务业、物业交易，以及已有按法例成立规管机构的专业界别，不须纳入经扩大适用范围的修订《条例》规管。这些界别应继续由现行为有关界别而设的规管制度规管。我们并建议电讯局及广管局应获赋与海关相同的执法权力，负责就电讯业及广播业界别进行执法工作。

#### 金融服务

4.4 香港金融管理局、证券及期货事务监察委员会(证监会)、强制性公积金计划管理局(积金局)、财务汇报局及保险业监理处已就金融服务业提供良好的规管制度。规管机构亦具备专业和专门知识。

4.5 就提供证券、保险及强制性公积金(强积金)业务的服务，相关的法例和由有关规管机构发出或批准的行为守则，已涵盖市场中介人处理与消费者的交易。政府与证监会已检讨如何完善证券及期货的监管制度，以加强保障投资者。就

此，证监会会采取一系列措施<sup>17</sup>。再者，政府刚就是否有需要设立投资者教育局及金融纠纷调解中心，咨询公众。这两项建议的目的就是要加强对参与金融服务消费者的保障。

4.6 至于一般的银行服务，提供服务予个人客户的认可机构，须遵守由银行业两个公会<sup>18</sup>联合发布，并获金管局认可的银行营运守则。金管局按营运守则的监管标准对银行业进行监管，以确保银行业务经营手法良好，认可机构与个人客户间的关系公平及透明。

4.7 因应上述情况，我们建议《条例》的公平营商条文不适用于受《保险公司条例》(第 41 章)、《银行业条例》(第 155 章)、《强制性公积金计划条例》(第 485 章)、《证券及期货条例》(第 571 章)以及《财务汇报局条例》(第 588 章)规管的服务和产品。

## 物业交易

4.8 物业交易方面，政府的主要关注是物业交易的过程是否公平和具透明度。在过去两年，政府透过地政总署的“预售楼花同意方案”及香港地产建设商会(商会)的指引，加强了对销售未建成一手住宅物业的监管。有关措施有助置业人士掌握物业单位和物业成交的资料，加强保障置业人士的权益。

4.9 为了进一步增加一手私人住宅物业信息的透明度以及交易的公平性，政府已于二零一零年六月落实推行九项新规管措施，包括加强示范单位的规管、加强售楼说明书以及价单的透明度，以及增加涉及发展商董事局成员和直系亲属的交易数据的透明度。我们察觉到发展商均有跟从新措施，而有关措施已为物业销售安排带来了一些正面的改变。由于有关措施只推行了一段相对较短的时间，我们需给予新措施多点时间发挥其功能，以判断其成效。我们一直采取务实及循序渐进的方式，如果我们发现有关措施的成效未如理想，政府会果断地推行进一步的措施。就此，政府不排除以立法方式规管一手物业市场的交易以加强对置业人士的保障。我

---

<sup>17</sup> 这些措施包括披露出售投资产品所得的佣金或其他利益、禁止以附送赠品形式推销特定产品、投资者分类以及就长期结构性投资产品设立冷静期。

<sup>18</sup> 香港银行公会及存款公司公会。

们因此建议不把物业交易，纳入拟议修订的《条例》的规管范围。

#### 由法例成立的规管机构规管的专业界别

4.10 规管专业从业者，需要有该有关专业的专门知识。主要的专业界别(例如医生及法律执业者)，其属员注册、设立专业团体以规管属员行为，以及发出业务守则等事宜，现时均已受法例监管。我们建议，无须把已有由法例成立规管机构规管的专业界别纳入拟议修订《条例》的范围。上述规管组织所按的法例载于附件 G。

#### 电讯业及广播业

4.11 电讯及广播服务现时分别设有相关的规管制度。电讯业受《电讯条例》(第 106 章)规限，规管机构为电讯局。广播服务受《广播条例》(第 562 章)规限，规管机构为根据《广播事务管理局条例》(第 391 章)设立的广管局。为善用两个特定行业规管机构的规管经验及专门知识，我们建议让电讯局及广管局同时具有《条例》所定的管辖权，负责就电讯及广播服务执行《条例》的公平营商条文。

4.12 我们建议赋予电讯局及广管局与海关相同的执法权力(包括《条例》现时赋予的权力及第三章拟议新增的权力)，亦有权援引遵从为本执法机制。电讯局及广管局会与海关密切联系，交流运作经验，并确保执法工作的一致性。我们会要求海关和电讯局及广管局为此签订谅解备忘录，并且会研究订立适当的法例条文，确保海关、电讯局及广管局行使规管权力时，不会出现重迭情况。

## 第五章

### 消费者申诉

#### 引言

5.1 本章载述就消费者申诉的拟议改善措施。

#### 现行安排

5.2 目前，对于关乎货品的虚假商品说明，《条例》并无就营商者违反相关条文明文赋予消费者提出诉讼的权利。视乎个别个案的实情，消费者可根据合约法或侵权法提出私人诉讼；如权益因威吓手法受损，可引用胁迫及不当影响原则提出诉讼。视乎申索金额，此类民事诉讼可由小额钱债审裁处或其它级别的法庭审理。

5.3 社会各界曾就如何便利消费者针对不良营商手法寻求解决方法，提出不同建议，包括成立消费者审裁处，采用类似小额钱债审裁处的简易程序，处理消费者申索；亦有建议在法律援助辅助计划之下为消费者设立较宽松的经济审查机制<sup>19</sup>；还有提出加强消费者诉讼基金提供的法律援助服务，以及在法例订立私人诉讼权，让消费者可就违反公平营商条文的行为提出诉讼。

#### 建议

5.4 经考虑社会各界提出的意见之后，我们建议按下述安排，在《条例》明文订立权利，容许受屈的消费者对违反公平营商条文的行为提出私人诉讼：

- (a) 如因有人违反《条例》公平营商条文的行为而蒙受损失或损害者，可对该人或涉及该违法事项的任何人提出诉讼，追讨损失或损害赔偿<sup>20</sup>；以及

---

<sup>19</sup> 法律援助辅助计划一般不涵盖消费纠纷，只适用于伤亡索偿案件，或因医疗、牙科或法律专业人员疏忽而提出的索偿诉讼，以及根据《僱員補償條例》(第 282 章)提出的索偿诉讼。有关建议等同扩大计划的涵盖范围。

<sup>20</sup> 这项权利不应损害申诉者现有可行使的法律权利。



(b) 因违反《条例》中公平营商条文的罪行而被定罪者，法庭除可判处刑罚外，亦可命令该被定罪者缴付因其犯罪行为而蒙受损失或损害的任何受屈的人为数法庭认为合理的补偿；法庭亦可作出其它适当的命令。

5.5 订立这项权利，不仅可帮助受屈的消费者讨回公道，也会鼓励企业守法。

5.6 成立专责消费者仲裁处的建议，意味着不论申索金额多少，消费纠纷均可循简易程序审理。我们认为原则上没有充足理据，以有别于其它类别的民事诉讼方式处理消费纠纷。我们认为，如果有关的消费纠纷申索金额超逾目前小额钱债仲裁处的权限(即 5 万元)，它们应与其它类型的民事诉讼一样，在程序方面获得相同的保障。再者，在实施遵从为本机制后(见第三章)，透过调解及承诺形式解决的消费纠纷将较多，需要提交法庭审理的案件应相对减少。因此，我们不支持设立消费者仲裁处。

5.7 消费者诉讼基金于一九九四年成立，由消委会担任基金信托人，旨在协助有理据的消费者采取法律行动。政府一直全力支持消委会管理和营运该基金。财政方面，我们顾及现有和预计承担开支，在二零一零至一一年度已向基金注资 1,000 万元(目前结余约为 2,400 万元)。我们会密切留意将来是否有进一步注资的需要。鉴于已有专为协助消费者而设的基金，我们认为没有必要特别为消费者设立法律援助计划。

## 第六章

### 冷静期安排

#### 引言

6.1 本章载述就时光共享使用权、长期度假产品的交易，以及以非应邀形式到访消费者住所或工作地点期间所订立的消费交易，强制设立“冷静期”的建议。

#### 目前情况

6.2 现时，若干货品及服务的供货商以自愿形式设定冷静期，消费者可以在期间选择取消合约。我们鼓励企业和商界团体自行采取有助加强消费者信心的措施，包括设立冷静期安排。以电讯服务为例，电讯局咨询电讯业界及消委会后，发出以自愿性质实施的《实务守则》，提供拟订服务合约的指引。《实务守则》内其中一项条款，是容许消费者在7天冷静期内取消合约。消委会亦与美容及纤体业界保持沟通，鼓励他们以自愿形式设立冷静期。

6.3 社会上有意见要求就所有消费交易，或就特定行业或销售模式的交易强制设立冷静期。公众特别关注到预缴会籍、美容、健身和纤体的预缴服务。此外，亦有市民投诉时光共享使用权的销售，以及以非应邀形式到访消费者住所推销电视及电讯服务和其它种类服务及货品，涉及若干不良手法，例如威吓手法或虚假说明。

6.4 订立冷静期的建议牵涉到合约的内容。根据自由缔结合约的基本原则，我们认为必须有充分政策理据及合理情况下，方可强制订立冷静期。

6.5 冷静期让消费者可在签订合约后的指定期间取消合约，让消费者有机会重新考虑决定，以及在有需要时征询第三者意见，或从其它来源查证数据。另一方面，冷静期可能带来道德风险，导致消费者在购物时有欠谨慎。企业将要承担遵从成本，例如取消合约的行政费。如消费者可在取得货品后行使该项取消权，供货商须承担退货的额外行政费；如退回货品不能当作新货出售，更须承受货品贬值的损失。企

业可能因而需要提高价格，把相关费用转嫁予消费者。

## 建议

6.6 要求强制设立冷静期的建议，主要是源于对某些商户就预缴式消费采取某些不良营商手法(例如有关服务性质的虚假说明、威吓手法及不履行合约责任)的关注。我们相信，处理这类问题的最佳方法，是采用第二及第三章的建议，即在《条例》订立具体罪行针对性地作出打击，并设立有效的执法机制。事实上，设立冷静期未必能够解决失实陈述、遗漏及接受付款时没有意图或能力提供产品的问题<sup>21</sup>。我们认为，并无充分理据以一刀切方式就预缴式交易实施冷静期。

6.7 我们研究其它司法管辖地区的冷静期安排和考虑本地情况后，建议对以下类别的交易强制实施冷静期：

(a) 时光共享使用权和长期度假产品合约；以及

(b) 以非应邀形式到访消费者住所或工作地点期间订立的消费交易。

6.8 对一般消费者而言，时光共享使用权及长期度假产品是性质复杂、比较新的产品。消委会接获以不良营商手法销售这些产品的投诉有上升的趋势<sup>22</sup>。在欧盟<sup>23</sup>，时光共享使用权及长期度假产品，以及这些权利或产品的转售及交换合约，须设有冷静期。我们会参考欧盟的安排，为上述产品推行冷静期制订实施安排。

6.9 此外，亦有报道指出，以非应邀形式到访消费者住所期间订立合约的个案中，消费者(尤其是弱势或长者社群)受到不公平对待和利益受损。在这些情况下，消费者可能毫无

---

<sup>21</sup> 有關產品的失實陳述或遺漏，可能只有當冷靜期終結後消費者開始使用該產品時才獲發現。由於冷靜期通常是一個有限的時間，它未必能解決商戶在接受付款時沒有意圖或能力提供產品的情況。

<sup>22</sup> 投訴由 2007 年的 98 宗，增至 2008 年的 114 宗，2009 年再增至 232 宗。

<sup>23</sup> 有關的法例為歐盟第 2008/122/EC 號 - 關於時光共享、長期度假產品、轉售及交換合約若干範疇的消費者保障的指令。“時光共享合約”的定義為有效期超過一年的合約，而根據合約，消費者付出代價後可獲得多次住宿一晚或多晚的權利。“長期度假產品合約”界定為有效期超過一年的合約，而根據合約，消費者付出代價後，可享權利主要為住宿折扣或其他益處(可連同或不連同交通或其他服務)。

心理准备，亦未必有机会从其它来源查证数据。因此，我们建议以非应邀方式到访消费者住所或工作地点所订立的消费交易，应强制实施冷静期。

6.10 执行冷静期的建议，会引起下列相关的课题：

- (a) 冷静期的时限 — 应提供足够时间让消费者征询第三者的意见和作出深思，但为时不应过长，以免供货商的营运受到不合理的影响。我们建议冷静期不少于7个工作日；
- (b) 数据提供 — 为了让消费者有效行使合约取消权，我们建议商户应提供重要数据，例如供货商身份及详细联络数据、消费者有权撤销合约的通知，以及撤销表格(如适用的话)。至于时光共享使用权及长期度假产品交易，我们建议应提供关于交易权利的基本数据(例如权利的性质及内容，以及行使权利的时限)；
- (c) 财务安排 — 我们建议，如消费者行使取消权，商户须在30个历日内向消费者退还所有已付款项，包括保证金。消费者或会与供货商订立信贷安排，或透过由供货商安排的第三方(例如银行)订立信贷安排，以购买有关产品(尤其是高价产品)。为处理该等情况，我们建议，如消费者在冷静期内行使取消权，任何相关“信贷安排”即自动取消。相关的“信贷安排”界定为供货商给予、或由供货商安排的任何其它人或个体所给予，涵盖合约订明产品十足或部分价格的信贷安排；
- (d) 取消合约的行政费 — 是否容许供货商就取消合约收取合理的行政费，有利有弊。如果容许供货商收取合理行政费，何谓“合理”费用，可能引起争议。再者，有关费用可能会窒碍消费者行使取消合约权。但另一方面，如果不用缴付取消合约的行政费用，消费者在考虑购买产品时，可能会有欠周详；
- (e) 缩短冷静期 — 我们需要考虑是否加入弹性，容许消费者缩短冷静期，容许弹性有利有弊。在某些情况下，消费者或会希望可以缩短冷静期。例如，消费者急需相关货品或服务，但供货商可能不愿意在冷静期

内提供产品。另一方面，供货商或会以折扣利诱消费者放弃冷静期；及

- (f) 退还安排 — 另一个相关问题是，消费者在管有货品或享用服务后，可否行使取消合约权；如果可以，供货商可否向消费者收取费用<sup>24</sup>。我们认为在上述情况下，消费者不应被当作已放弃行使取消交易权，否则会抵消实施冷静期的预期目的。同样地，为公平起见，当消费者在冷静期内取消合约，应容许供货商就消费者已享用的服务或消费者管有货品期间货品的损坏收取合理费用。供货商在订立合约前，应向消费者说明详细的收费条款和金额，以及退还安排。

就上文第 6.10(a)到(f)段所提的问题，欢迎大家提出意见。

6.11 我们建议采取的方法，是通过刑事惩处打击不良营商手法，并对某些需要额外保障的特定交易设立冷静期，作为辅助安排，相信能减少对大多数商户在遵从规管方面的负担。我们欢迎公众就设立强制性冷静期的拟定范围和相关的实施安排发表意见。社会有意见认为，应当就某些接受预缴费用的界别，或当预缴费用超逾某数目时，实施冷静期安排。就前者来说，在没有任何界别登记制度的情况下，我们需要考虑如何可以切实可行地实施建议的安排。就第二项建议，将交易数目定在什么水平，亦须提出意见。我们强调，任何有关立法设立冷静期的建议，必须具有充分理由，能有定义明确的范围并且切实可行。

---

<sup>24</sup> 在某些情況下，消費者可即時管有產品，所需的附帶工作(例如就廣播服務安裝解碼器)亦會當場進行。

## 第七章

### 下一步工作

7.1 本文件列出政府提出加强保障消费者，打击不良营商手法的建议，欢迎市民大众就建议发表意见。我们相信建议既可保障消费者的合法权益，又可维持企业的运作效率。

7.2 各项建议扼要重述如下：

#### 第二章

1. 扩大《条例》的适用范围，禁止在消费服务交易中作出虚假商品说明(第 2.3 段)；
2. 按附件 C 所载的方式，扩大有关货品的商品说明的现有定义(第 2.4 段)；
3. 采用附件 D 所载有关服务的商品说明的建议定义(第 2.5 段)；
4. 在《条例》增订罪行，禁止在消费交易中作出误导遗漏(第 2.8 段)；
5. 在《条例》增订罪行，禁止在消费交易中利用威吓手法；并以非尽列形式，列出在判断某种手法是否利用骚扰、强迫或不当影响时，所应考虑的因素(第 2.13 段)；
6. 在《条例》增订罪行，禁止在消费交易中利用“饵诱式广告宣传”和“饵诱式销售”手法(第 2.16 段)；
7. 订明在拟议的“饵诱式广告宣传”和“饵诱式销售”罪行的法律程序中，提供合适的免责辩护(第 2.17 段)；
8. 在《条例》增订罪行，禁止在消费交易中利用“接受付款时没有意图或能力提供合约订明的产品”的手法(第 2.20 段)；

9. 就拟议罪行采用《条例》第 18(1)条订明的最高刑罚，即一经循公诉程序定罪，可处罚款 50 万元及监禁 5 年；或一经循简易程序定罪，可处第六级罚款(现时为 10 万元)及监禁 2 年(第 2.21 段)；
10. 拟议罪行的法律程序应可引用《条例》第 26 及 27 条订明的免责辩护(第 2.22 段)；

### 第三章

11. 指定海关为主要的执法机关，负责打击在《条例》中新增的拟议罪行(第 3.4 段)；
12. 设立遵从为本机制，与刑事惩处相辅相成，以鼓励企业遵从《条例》(第 3.7 及 3.8 段)；
13. 设立投诉转介机制，让《条例》下的执法机关及消委会，就各自接获的投诉进行协调，以采取适当行动跟进(第 3.9 段)；
14. 修订《条例》第 15(1)(b)条，赋权海关检查簿册及文件，以及取走副本，以确定是否有人已干犯或进行《条例》所订的罪行(第 3.14 段)；

### 第四章

15. 《条例》的公平营商条文不适用于《保险公司条例》(第 41 章)、《银行业条例》(第 155 章)、《强制性公积金条例》(第 485 章)、《证券及期货条例》(第 571 章)及《财务汇报局条例》(第 588 章)规管的服务及产品、物业交易，以及由法例成立的规管机构所规管的专业服务(第 4.3 至 4.10 段)；
16. 让电讯局及广管局同时具有《条例》所定的司法管辖权，就电讯及广播服务执行《条例》的公平营商条文(第 4.11 及 4.12 段)；

## 第五章

17. 在《条例》明文规定，如因有人违反公平营商条文的行为而蒙受损失或损害者，可对该人或涉及该违法事项的任何人提出诉讼，追讨损失或损害赔偿。凡违反公平营商条文被定罪者，法庭除可判处刑罚外，亦可命令该被定罪者缴付因其犯罪行为而蒙受损失或损害的任何受屈的人为数法庭认为合理的补偿，或发出法庭认为适当的其它命令(第 5.4 段)；

## 第六章

18. 就时光共享使用权、长期度假产品，以及以非应邀形式到访消费者住所或工作地点期间订立的交易，实施冷静期(第 6.7 段)；以及
19. 根据所收集的公众意见，进一步制订实施冷静期的详细安排(第 6.10 段)。

7.3 我们会研究和整理咨询期内接获的各项意见，并就公众意见发表报告。视乎公众咨询结果，我们的目标是在二零一零至一一立法年度内，向立法会提交《条例》的修订建议。



附 件

## 英国《2008年保障消费者免于不公平交易规例》

### 相关条文(译本)

#### 第 2 条 释义

(1) 在本规例中：

“一般消费者”须根据第(2)至第(6)段解释；...

“交易决定”指消费者就以下事情的任何决定，不论该决定是行事或不行事 -

(a) 是否、如何以及根据什么条款购买某产品，就某产品付款(不论是十足付款或部份付款)、保留或放弃某产品；或

(b) 是否、如何以及根据什么条款就某产品行使某合约权利。...

(2) 如某种商业手法接触到某名或某些消费者，或以某名或某些消费者为对象，在判断该种手法对一般消费者的影响时，须考虑该等一般消费者的重要特征，包括他们的认识、观察力和谨慎程度均达到合理水平。

(3) 第(4)及(5)段列出在何种情况下，对一般消费者的提述，须理解为包括对某特定消费群体一般成员的提述。

(4) 在判断某种商业手法对一般消费者的影响时，如该种手法是针对某特定消费群体作出，对一般消费者的提述，须理解为对该群体一般成员的提述。

(5) 在判断某种商业手法对一般消费者的影响时，如果：

- (a) 可合理预期商户会预见某个可清楚识别的消费群体因精神或身体健康欠佳、年龄或容易信人而特别容易受到相关商业手法或相关产品影响；以及
- (b) 相关商业手法可能只影响上述的消费群体并实质扭曲其经济行为；

对一般消费者的提述，须理解为对该消费群体一般成员的提述。

(6) 第(5)段的规定并不影响广告采用合法及常见的夸张陈述手法，该等陈述不应按字面解释。

## 第 6 条 误导遗漏

(1) 按照实际情况，并顾及第(2)段所述事宜，某种商业手法如果：

- (a) 遗漏重要数据，
- (b) 隐瞒重要数据，
- (c) 提供的重要数据不明确、难以理解或含糊，或不适时提供重要数据，或
- (d) 未能表示其商业用意，除非根据当时情况用意明显；

以及因而导致或可能导致一般消费者如没有碰到上述情况便不会作出交易决定，即视为误导遗漏。

- (2) 第(1)段所提述事宜如下：
- (a) 商业手法所有特点及情况；
  - (b) 商业手法所用传达媒体的限制(包括时空限制)；以及
  - (c) 如商业手法所用传达媒体有时空限制，商户有否采取措施，循其它途径向消费者提供数据。
- (3) 第(1)段所述“重要数据”指：
- (a) 一般消费者根据相关情况作出有依据交易决定所需的数据；以及
  - (b) 为遵从欧洲共同体成员的责任，任何适用于商业通讯的数据规定。
- (4) 如有关的商业手法属购买产品的邀请，除第3段所指属重要数据的任何其它数据外，下列数据亦属重要数据，即使表面上及按照实际情况它们是否属重要数据并不明确：
- (a) 产品的主要特性(视乎传达该邀请所用媒体)及产品本身的情况；
  - (b) 商户的身份，例如商户的营业名称，以及该商户代表的任何其它商户的身份；
  - (c) 该商户的地理地址和该商户代表的任何其它商户的地理地址；
  - (d) 下述任何一项：
    - (i) 价格，包括任何税项；或
    - (ii) 如价格因产品的性质不能预先合理计算，价格计算方式；

- (e) 视乎情况，下述任何一项：
  - (i) 所有额外运费、送货费用或邮费；或
  - (ii) 如该等收费不能预先合理计算，可能须要支付该等收费一事；
  
- (f) 下述事宜，如它们偏离专业尽责规定的话：
  - (i) 付款安排，
  - (ii) 送货安排，
  - (iii) 关于性能的安排，
  - (iv) 投诉处理政策；
  
- (g) 就涉及撤销或取消权的产品及交易，此项权利是否存在。

## 第 7 条 威吓商业手法

- (1) 按照实际情况，并顾及所有特点及情况，某种商业手法在下述情况属威吓手法：
  - (a) 如利用骚扰、强迫或不当影响的手法，严重损害或可能严重损害一般消费者选择有关商品的自由或行为；以及
  - (b) 因而导致或可能导致一般消费者如没有碰到上述情况便不会作出交易决定。
  
- (2) 判断任何商业手法是否利用骚扰、强迫或不当影响，应考虑以下因素：
  - (a) 采取相关手法的时间、地点、性质或持续情况；
  - (b) 使用威胁或侮辱语言或行为；
  - (c) 商户利用消费者某些不幸情况或状况，严重程度足以损害消费者的判断力，而商户明知相关判断会影响消费者就产品所作的决定；

(d) 商户在消费者打算行使合约权利(包括终止合约、转购其它产品或改向其它商户购买产品的权利)时，施加任何严苛或不相称的非合约障碍；以及

(e) 威胁采取任何非法行动。

(3) 在本规例中：

(a) “强迫”包括使用武力；以及

(b) “不当影响”指利用较消费者有利的形势，向消费者施加压力，即使没有使用或威胁使用武力，有关压力大大限制消费者作出有依据决定的能力。

## 附表 1

...

5. 商户邀请消费者以指明价格购买某些产品，但并无透露他有合理理由相信，在顾及产品、产品广告的规模及提出的价格的情况下，他不能在合理的期间内以该价格提供(或促致另一名商户提供)合理数量的该些产品或同等产品(饵诱式广告宣传)。

6. 邀请消费者以指明价格购买产品，然后：

(a) 拒绝向消费者展示广告宣传的产品；

(b) 拒绝接受该产品的订单或在合理时间内送货；或

(c) 展示损坏的产品样本；

用意是推销另一种产品(饵诱式销售)。

...

澳洲《1974年营商法》相关条文(译本)

第 75AZJ 条 饵诱式广告宣传

- (1) 某法团如有合理理由相信，不能在顾及其经营业务的市场性质和广告性质的情况下在合理的期间以指明价格提供合理数量的货品或服务，则该法团不得在营商或营业过程宣传以该价格提供该等货品或服务。

罚则： 1 万个罚款单位

- (2) 某法团如已在营商或营业过程藉广告宣传以指明价格提供货品或服务，必须在顾及其经营业务的市场性质和广告性质的情况下在合理的期间，以该价格提供合理数量的货品或服务。

罚则： 1 万个罚款单位

- (3) 第(1)及(2)款所述罪行为严格法律责任罪行。

- (4) 在根据第(2)款就某法团没有向某人(该顾客)提供货品或服务的检控中，该法团如能证明：

(a) 已要约或促致另一人在合理时间内，以宣传的价格向该顾客提供合理数量的获宣传的货品或服务；或

(b) 已立即要约或促致另一人在合理时间内，以上述货品或服务的广告宣传的价格向该顾客提供合理数量的同等货品或服务；

以及在上述任何一种情况下，如该顾客已接受要约，而该法团已提供或促致另一人提供该等货品或服务，即可以此作为免责辩护。

## 第 75AZL 条 接受付款时没有意图或能力按订单提供产品

(1) 如果：

- (a) 某法团在营商或营业过程就货品或服务接受付款或其它代价；以及
- (b) 在接受付款或其它代价时，该法团意图：
  - (i) 不提供相关货品或服务；或
  - (ii) 提供与所接受付款或其它代价涉及的货品或服务有重大分别的货品或服务；

该法团即属犯罪，一经定罪，最高可判处 1 万个罚款单位。

(2) 严格法律责任适用于第(1)(a)段。

(3) 如果：

- (a) 某法团在营商或营业过程就货品或服务接受付款或其它代价；以及
- (b) 在接受上述付款或代价时，有合理理由相信该法团不能在其指明的期间，或如无指明期间，则在合理时间内，提供相关货品或服务；

该法团即属犯罪，一经定罪，最高可判处 1 万个罚款单位。

(4) 第(3)款所述罪行为严格法律责任罪行。



## 建议扩大现时有关“货品的商品说明”的定义

(从《条例》现行定义删除的文字以删除线显示，新增的字词以斜体显示。)

“商品说明”指以任何方式就任何货品或货品任何部分在下列任何事项上作出的直接或间接的显示，~~即~~*并包括就下列任何事项作出的任何显示*：

- (a) 数量(包括长度、阔度、高度、面积、体积、容量、重量及件数)、大小或规格；
- (b) 制造、生产、加工或修复的方法；
- (c) 成分；
- (d) 对用途的适用性、强度、性能、性状或准确度；
- (e) 任何不包括在上述各段内的物理特性；
  - (ea) 货品的供应情况；*
  - (eb) 价格、价格计算方式，以及是否存在任何价格优势；*
- (f) 任何人所作的测试及测试结果；
- (g) 任何人的认可或与任何人所认可的类型相符；
  - (ga) 某特定人士已获取或同意获取货品；*
- (h) 制造、生产、加工或修复的地点或日期；
- (i) 制造、生产、加工或修复的人；
- (j) 其它以往数据，包括以往的拥有权或用途；

- (k) 在某特定地方是否有：
  - (i) 对货品作检查、维修或保养的服务；或
  - (ii) 提供货品的零件；
- (l) 就(k)段所提述的服务或零件而作出的保证；
- (m) 提供(k)段所提述的服务或零件的人；
- (n) (k)(i)段所提述的服务的范围；
- (o) 可获提供(k)段所提述的服务或零件的期间；
- (p) 为提供(k)段所提述的服务或零件而收取的收费或费用。

## 有关“服务的商品说明”的建议定义

有关服务的“商品说明”指以任何方式就任何服务或服务任何部分作出的直接或间接的显示，并包括就下列任何事项作出的任何显示：

- (a) 服务的性质、范围、数量(包括提供或将会提供的服务次数及时间长短)、标准、质素、价值、等级、对用途的适用性、强度、性能、性状、效能、效益、风险及任何其它特性或特点；
- (b) 提供或将会提供服务的方法、程序、方式及地点；
- (c) 服务的供应情况；
- (d) 任何人所作的测试及测试结果；
- (e) 任何人的认可或与任何人所认可的类型相符；
- (f) 某特定人士已获取或同意获取服务；
- (g) 提供或将会提供服务的人；
- (h) 有关服务的售后顾客支持；
- (i) 价格、价格计算方式，以及是否存在任何价格优势。

《商品说明条例》第 26 及 27 条

第 26 条 以错误、意外等作为免责辩护

- (1) 在任何就本条例所订罪行而进行的法律程序中，除第(2)款另有规定外，被控人如证明下列事项，即可以此作为免责辩护：
  - (a) 所犯罪行是因错误、倚赖他获提供的数据、另一人的作为或失责、意外或其它非他所能控制的因由所引致；及
  - (b) 他已采取一切合理防范措施，并已尽一切应尽的努力以避免他本人或任何受他控制的人犯该罪行。
- (2) 如在任何个案中，第(1)款所规定的免责辩护，涉及一项指称所犯罪行是因另一人的作为或失责或因倚赖另一人所提供的数据而引致的，则除非被控人在最后一天为聆讯前 7 整天的期间内，已向检控官送达通知书，提供当其时由该被控人管有并识别或有助于识别该另一人的资料，否则该被控人如无法庭批准，即无权倚赖该项免责辩护。
- (3) 在任何就第 7(1)(a)(ii)或(b)条所订罪行而进行的法律程序中，被控人如证明他不知道、无理由怀疑，并且即使已尽合理的努力，亦不能确定货品不符合说明或该说明已应用于货品，即可以此作为免责辩护。
- (4) 在任何就第 9(2)条所订罪行而进行的法律程序中，被控人如证明他不知道、无理由怀疑，并且即使已尽合理的努力，亦不能确定伪造商标已应用于货品，或某商标或与某一商标极为相似而相当可能会使人受欺骗的标记已以虚假方式应用于货品，即可以此作为免责辩护。

## 第 27 条 非故意发布宣传品

在就宣传品的发布而犯的本条例所订罪行而进行的法律程序中，被控人如证明他的业务是发布或安排发布宣传品，并证明他是在日常业务运作中接受该宣传品以作发布的，并且不知道亦无理由怀疑发布该宣传品是会构成本条例所订罪行的，即可以此作为免责辩护。

## 英国及澳洲采用的遵从为本机制

### 英国

当执法机关怀疑违反法律条文的情况经已发生或可能发生，执法机关须与涉嫌违法一方进行协商。协商期间，执法机关可接受涉嫌违法一方承诺，不再作出(或重复)违法行为。执法机关可公布相关承诺条款。如涉嫌违法一方拒绝承诺或没有遵守承诺条款，执法机关可向法庭申请强制执行命令。强制执行命令的性质类似禁制令；法庭可根据强制执行命令，指令相关一方不得继续或重复违法行为。不遵守法庭命令等同藐视法庭，可被判处罚款或监禁。

### 澳洲

根据澳洲《1974年营商法》第80条，除了其它执法工具外，执法机关可向法庭申请禁制令，禁止某人从事或拟从事构成或将会构成违反消费者保障法例的行为。该法例第87B条赋权执法机关接纳某人书面承诺，不会继续或重复违反消费者保障法例的行为。

执法机关如提出申请，而法庭亦信纳某人违反承诺，法庭可颁令，指令该人遵守承诺条款，以及颁布法庭认为合适的其它命令。

## 规管专业人士注册安排的法例

专业团体	相关条例
工程师注册管理局	工程师注册条例(第 409 章)
测量师注册管理局	测量师注册条例(第 417 章)
规划师注册管理局	规划师注册条例(第 418 章)
园境师注册管理局	园境师注册条例(第 516 章)
土地测量监督	土地测量条例(第 473 章)
建筑师注册管理局	建筑师注册条例(第 408 章)
社会工作者注册局	社会工作者注册条例(第 505 章)
香港会计师公会	专业会计师条例(第 50 章)
香港律师会、香港大律师公会执行委员会、公证人协会理事会	法律执业者条例(第 159 章)
香港医务委员会	医生注册条例(第 161 章)
香港牙医管理委员会	牙医注册条例(第 156 章)
脊医管理局	脊医注册条例(第 428 章)
香港护士管理局	护士注册条例(第 164 章)
香港助产士管理局	助产士注册条例(第 162 章)
药剂业及毒药管理局	药剂业及毒药条例(第 138 章)
辅助医疗业管理局(由医务化验师管理委员会、职业治疗师管理委员会、视光师管理委员会、物理治疗师管理委员会、放射技师管理委员会所组成。)	辅助医疗业条例(第 359 章)

## 专业团体

## 相关条例

由牙科辅助人员(牙齿卫生员)  
规例所规管的牙齿卫生员

牙科辅助人员(牙齿卫生员)  
规例(第 156B章)

兽医管理局

兽医注册条例(第 529 章)

港中医药管理委员会(就注册中  
医)

中医药条例(第 549 章)

港中医药管理委员会(就表列中  
医)

中医药条例(第 549 章)

房屋经理注册管理局

房屋经理注册条例(第 550 章)

地产代理监管局

地产代理条例(第 511 章)