

《商品說明條例》修訂條例重溫摘錄

修例背景：

- 不良營商手法及服務行業的投訴及事故日趨嚴重
- 加強保障消費者及建立公平營商環境
- 《修訂條例》於 2013 年 7 月 19 日生效

修例的主要內容：

- 擴闊了商品說明就貨品而言的定義
- 擴大適用範圍至消費的服務
- 新增了針對不良營商手法的五項罪行
- 引入民事「遵從為本」機制
 - ◇ 承諾
 - ◇ 強制令
- 消費者可尋求賠償

何謂商品說明

- 任何貨品或服務
- 貨品或服務的任何部份
- 直接或間接的顯示

形式、途徑

- 陳述、廣告宣傳、告示等
- 透過紙張、視像、口述、電子方式及甚至通過行為

就貨品而言的商品說明(部份)

- 測試結果、售後服務、製造/生產方法、成份、用途的適用性
- 供應、標準、價格、某人取得或協議取得該貨品

就服務而言的商品說明(部份)

- 效能或風險、提供方法/程序、提供服務的人/價格
- 用途的適用性、某人取得或協議取得該服務、售後服務
- 性質/範圍/數量/等級、是否有服務提供、測試結果/認可

虛假商品說明

- 虛假達關鍵程度的商品說明；或
- 雖非虛假但卻具有誤導性的商品說明，亦即該商品說明相當可能會被視為屬一種虛假達關鍵程度的商品說明

商戶的定義

- 以商戶的名義或代表商戶行事的任何人士
- 以某公司的僱員或銷售代表的身份向消費者售賣貨品或提供服務，該人會被視為商戶

五項不良營商手法的罪行

- 誤導性遺漏(第 13E 條)
- 具威嚇性的營業行為(第 13F 條)
- 餌誘式廣告宣傳(第 13G 條)
- 先誘後轉銷售行為(第 13H 條)
- 不當地接受付款(第 13I 條)

誤導性遺漏

- 如某種營業行為：
 - 遺漏或隱藏重要資料或
 - 以不明確、難以理解、含糊或不適時的方式提供重要資料或
 - 未能表露其商業用意(除非用意明顯)
- 並因此導致/相當可能導致一般消費者如沒有接觸該營業行為便不會作出交易決定，即視作誤導性遺漏的營業行為

具威嚇性的營業行為

利用騷擾、威迫手段、不當影響或

扣押消費者個人物品的手法，強迫他們作交易決定。在相當程度上，損害一般消費者就有關產品在選擇及購買的自由

餌誘式廣告宣傳

- 在顧及廣告宣傳的性質及該商戶經營業務的市場性質情況下：
 - 如沒有合理理由相信某商戶將能在合理期間內，按某指明價格要約供應或提供合理數量的該產品或服務；或
 - 未能在合理期間內，要約按該價格供應合理數量的該產品

以下情況不屬於餌誘式廣告宣傳，如 -

- 有關宣傳品清楚述明要約按該價格供應該產品的期間或數量；及
- 該商戶要約按該價格在該期間內供應該產品，或要約按該價格供應該數量的該產品

先誘後轉銷售行為

商戶利用宣傳的產品餌誘消費者進入店舖，籍此以各種籍口推銷較昂貴或其他產品，包括：

- 拒絕向消費者展示或示範使用有關產品；
- 拒絕接受有關產品的訂單或在合理時間內交付有關產品；或
- 展示或示範使用有關產品的欠妥樣本

不當地接受付款

在接受付款時：

- 意圖不提供合約訂明的產品或服務；或

- 意圖提供合約訂明的產品有重大分別的產品；或
- 沒有合理理由相信該商戶將能
 - ✧ 在接受付款之時或之前的所指明期間內/合理時間內，能供應有關產品

不良營商手法

總括而言，不良營商手法就是用一些不正當的方法導致一般消費者作出某項交易決定，而如果該消費者沒有接觸該銷售手法前，他是不會作出該項交易決定。

以錯誤、意外等作為免責辯護(第 26 條)

被控人如有充分證據證明所犯罪行是以下原因，可作為免責辯護：

- ✧ 錯誤
- ✧ 倚賴他獲提供的資料
- ✧ 另一人的作為/失責
- ✧ 意外或其他非他所能控制的因由所引致
- ✧ 已採取一切合理防範措施，並已盡一切應盡的努力以避免自己/受其控制的人犯該罪行

罰則：

如抵觸上述條例，一經定罪，最高可罰款\$500,000 及監禁 5 年

民事「遵從為本」機制

檢控以外的另一種方法，以代替刑事程序，目的在鼓勵商戶遵從法例和加快處理涉及不良營商手法的案件

- ✧ 承諾
 - 承諾停止和不重犯違規行為
- ✧ 強制令
 - 強制商戶不得繼續或重犯某種行為

消費者可尋求賠償

根據第 36 條

- 受屈的消費者可向使他們蒙受損害(構成公平營商罪行的行為所導致)的商戶提出私人訴訟

根據第 18A 條

- 法庭可命令被裁定犯上述條文的人向因該罪行而蒙受經濟損失的人，支付一筆法庭認為合理的款項作賠償