



香港化粧品同業協會
The Cosmetic & Perfumery Association of Hong Kong Ltd.

九龍尖沙咀山林道46-48號運通商業大廈308號室
ROOM 308, WINNING COMMERCIAL BLDG., 46-48 HILLWOOD ROAD, TSIMSHATSUI, KOWLOON, HONG KONG.
TEL: 2366 8801 FAX: 2312 0348 E-mail: cosasso@netvigator.com

立法會 CB(1)1623/11-12(03)號文件
(只備中文本)

此 致： 立法會《2012年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例草案》
法案委員會

關於《2012年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例草案》的議見

香港化粧品同業協會創立於1980年，一向以服務化粧品行業為宗旨。會員業務包括化粧品生產、化粧品批發零售、美容儀器供應、化妝美容美髮美甲服務、美容美髮教育，會員包括行業聯會、公司會員及從事化粧品美容業的個人會員。

愛美是人之天性，香港化粧品同業服務香港消費者，會員提供消費者喜愛的產品及服務。化粧品零售業及美容服務業在近年急速發展，從事化粧品零售業及美容服務業的從業員也人數眾多。本協會呼籲政府維持一個良好的營商環境，以使香港各行業得以發展。

1. 本協會一向支持保護消費者權益。要建立香港成為一個具國際知名及認可的購物天堂，香港必須提供良好的服務質素。不良營商手法不單有損消費者權益，也有害於香港購物天堂的商譽。少數害羣之馬會令到大部份殷實商人受連累，本會支持訂定有關法例打擊不良營商手法的法例。
2. 要達到保護消費者權益，以法例去禁止不良營商手法只是眾多方法之一。本協會希望政府不要以增加法例為萬寧丹，過度的規管也會窒礙正常的商業活動，減低市場的活力。訂定的法例必須考慮其是「必要性」、「針對性」和「具體性」和「合理性」。也要在立法之餘加強對消費者的宣傳教育和業界有充份之互動。
3. 「一般消費者」的定義過於模糊

在《2012年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例草案》中，提出以「一般消費者」(Average Consumer)來衡量某營業行為對消費者的影響。若被歸類為「不良營商手法」，提供產品或是提供服務的供應商便可能觸法。既然「一般消費者」的定義是那麼重要，但在《條例草案》中卻沒有訂出如何找出「一般消費者」公認的特質內容和方法，在具體執法上，必將人言人殊。

轉下頁

4. 「誤導性遺漏」的定義過於廣闊

在有關「誤導性遺漏」(misleading omission) 的項目中，供應商在與消費者交易時是否有遺漏「重要資料」(material information)，及有否達到「專業勤勉」(professional diligence)，是判斷是否觸法的重要考慮因素。除法例所列出一般性的項目如付款及送貨外，法例有關「重要資料」及「專業勤勉」沒有清楚的範圍和內容，條文有很大闡釋的空間。業界擔心模糊的法例，過於廣闊的定義，會產生許多對業界不必要的困擾。

5. 本協會支持立法禁止「具威嚇性的營業行為」等在《條例草案》列出的不良營商手法。

6. 香港的化粧品業及美容服務業有在過去數十年對香港經濟有不少貢獻，專業行為操守已由服務多年的顧客關係表露無遺。認同有關當局加強消費者信心，與此同時也應扶助奉公守法之營商者有公平的營商空間。本協會支持賦予執行「商品說明(不良營商手法)條例」的香港海關部門訂定指引，使在「商品說明(不良營商手法)條例」有更清晰的執行內容。但有關當局必須以「必要性」、「針對性」、「具體性」及「合理性」，出發，避免對正當及正常的商業運作有不必要的干擾。

香港化粧品同業協會會長
郭少明

2012年4月16日

副本抄送：商務及經濟發展局副秘書長（工商）張趙凱渝女士