



香港中小型企業聯合會

HONG KONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ASSOCIATION

會長
郭振邦

主席
劉達邦

第一副會長
趙淑楷

第一副主席
呂可翹

第二副會長
林仲恩

第二副主席
柯廣耀

第三副會長
郭志華

第三副主席
陳麗芳

義務秘書
麥宜全

義務司庫
黃戴宇

永遠榮譽顧問 : 陳永棋、陳振東、馬介璋、蔡志明
永遠榮譽會長 : 余繼標、李煌添
榮譽會長 : 劉皇發、楊釗、宋忠官
特邀榮譽會長 : 鄧蘇夏、謝高進、何劍波、詹慧穎
名譽會長 : 林大輝、史立德、馬偉武、譚炳立、黃偉常、關百豪
歷屆會長 : 余繼標、李煌添
歷屆主席 : 陳振發、何富安、張德杏、鍾紹榮、劉達邦
榮譽顧問 : 唐偉章、林天福、黃英豪
顧問 : 陳自強、王紅軍、廖健昇

李華明議員
法案委員會主席

電郵：mleung@legco.gov.hk

尊敬的李議員，您好：

就《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例草案》的意見

本會同意加強保障消費者，免受不良營商手法影響。與此同時，亦須確保企業間有公平的競爭環境，確保企業毋須承受不必要的規管，及窒礙企業進行推廣活動及商業營運，在保障消費者合法權益和維持企業的運作效率之間，取得合理平衡。

本會細閱「條例草案」內容，及收集會員意見後，綜合認為「條例草案」內容中未能就多項重要條文概念作出明確具體而又容易理解之定義，因此令商戶難以自行判斷相關營銷活動是否觸犯法例。例如：

1. 在《條例草案》中，提出以「一般消費者」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犯法例。但在《條例草案》中「一般消費者」的定義卻過於模糊，以及沒有訂出如何界定「一般消費者」公認的特質內容和方法。
2. 在有關「誤導性遺漏」的項目中，供應商在與消費者交易時是否有遺漏「重要資料」，及有否達到「專業勤勉」，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。「誤導性遺漏」的定義過於廣闊。
3. 條文列明「不當影響」和「威迫」的定義，但卻沒有列明「騷擾」的定義。
4. 此外，新推貨品以折扣吸引顧客是否觸犯法例？什麼情況下才能向顧客推薦其目標以外的產品？如商戶表明推廣的產品是「最後一件」，但質量出現問題，並推銷其他相類似甚至較昂貴的產品，是否屬「先誘後轉銷售行為」？

總括，現時的「條例草案」內容中目前仍有多項有待釐清的地方及改善的空間，不完整的草案將增加營商的不穩定性。希望有關當局繼續跟進及聽取意見，在制定執行指引時能詳加說明，列舉不同具體事例供商戶參考了解以澄清草案條文，使之可避免誤墮法網，讓整體商界及普羅大眾得益。

順頌
崇安！

香港中小型企業聯合會
郭振邦會長 劉達邦主席 郭志華第三副會長 上
2012年4月23日