

設立消費冷靜期，保障消費者權益

1. 引言

1.1 近年香港有關預繳式消費的投訴有上升的跡象，特別美容業，健身會籍，電訊服務更是重災區，跟據消委會的數字顯示，就美容業來說 2011 年度 886 宗，健身會籍就有 705 宗，而有關電訊服務更有 7233 宗，當中有部分及涉及詐騙成份，即收取預繳費用後不履行合約內容或對服務內容作失實性陳述，有鑒於此，立法會經濟發展事務委員會在 2010 年 5 月 10 日，就有關不良營商手法發出資詢文件。其中一部分就是就預繳式消費立法監管。

1.2 然而，在公眾諮詢文件中，我們看到當局對付這些預繳式消費，只是隔靴搔癢，毫無阻嚇作用。其中一個最有效的方法去對付預繳式消費的手法就是設立冷靜期，即消費者在一定時候後悔自己所購入的預繳服務或貨物，所得款項可以全數退還。但商務發展局局長卻以影響營商環境為由，反對立法設立冷靜期。

1.3 所以，我們對當局反對消費冷靜期，表示遺憾。因為不設立消費冷靜期，當局只會為商家們助紂為虐，商家們可以繼續以不良營商手法，以威迫利誘甚至疲勞轟炸的形式去誤導消費者，而消費者往往在資訊不足和繁複的法律程序之下屈服。設立冷靜期的好處就是讓消費者可以在購入預繳服務後，可以在不受他人影響之下，自己去思考這個預繳服務是否適合。

2. 當局對消費冷靜期的睇法

2.1 當局只以小部分篇幅，去解釋反對設立冷靜期的原因。而大部分的內容，都只是以具體法定罪行去對付不良銷售手法。

2.2 在該諮詢文件中，當局解釋反對冷靜期的原因，認為企業會承受交易風險，之後會提高價格去保障自身的利益。因為企業們有機會因為冷靜期，消費者會因購入貨物和預繳式服務之後感到後悔，從而要把已收之款退回給事主，影響營利，因此盈商者為了要保障自身的利益，要提高貨物價格以此抵消風險。之後當局以不利企業自由運作作為理由，反對設立冷靜期。最後當局更以鼓勵企業和商會自願設立冷靜期，代替立法，更以電訊管理局和電訊商已簽訂了一份實務守則做例子，但本人以「最低工資保障計劃」的失敗例子，證明商家不會因為企業道德操守和企業良心作為理由，去自願設立冷靜期。當局並只以具體法定罪行去對付不良營商手法，但如果具體法定罪行去執法，消費者往往會在繁複的法律程序之行屈服下來，特別是針對預繳式消費來說。營商者更針對部分消費者怕事的心態，有恃無恐地以不同奸詐手段進行推銷產品。

3. 營商者對消費者的不良盈商手法

3.1 首先，營商者往往為了業績，往往會以層出不窮的銷售手法去令消費者消費從而獲利。他們的營商手法大多是好像以下手法

3.2 此外，他們會以疲勞轟炸的方式，向消費者推介其服務，而盈商者往往會以利用較消費者有利的優勢，利用壓力令消費者不能作出有依據的決定能力。而消費者往往會在「面皮」薄的情況之下，向營商者以不合理的價錢購入產品及其服務。但事後卻往往發現，他們根本就不需要這件產品，而營商者抱著「貨物出門、絕不退換」的心態把消費者的消費袋袋平安。

3.3 之後，他們會以虛假的陳述，去吸引消費者購買其服務。在現今的法例上，所有「服務」並不包含在「商品說明條例」之上。引至營商者可以有恃無恐地欺騙消費者，消費者往往被盈商者的甜言蜜語所欺騙。以擦卡或現金等方式去進行預繳式消費。

3.4 另外一種手法，是以威嚇或高壓的方式，例如扣留消費者的物品去強迫消費者購物，雖然這種手法往往可以以刑事的方式去檢舉營商者。但由於以刑事的方式去檢舉營商者。往往必需要很高的門檻，因此好多消費者往往因為怕事或怕麻煩，放棄向營商者追討損失。

3.5 誘「利」式銷售手法，是指消費者以減價的方式去銷售或推廣產品，當消費者購買之後營商者卻沒有合理的數量和能力去應付顧客的要求。之後就以不能退款作為理由，藉口要求顧客退換定價過高或舊型號的服務或產品。

4. 設立消費冷靜期的好處

4.1 首先，可以簡單的法例去保障消費者權益，在現今的法例上，雖然營商者如果涉及詐騙，誤導等行為。可以以具體法律來對付這些不良營商手法。但一涉及到嚴重的法律刑事問題，消費者往往在繁複的訴訟程序，會放過這些不良營商者。但如果設立冷靜期，消費者往往可以不問任何理由，退回所有款項。

4.2 可以令消費者可以以有一個冷靜的空間和時間去考慮，消費者在營商者的環境和言語之下，往往不能作出一個正價的決定一項貨物和服務是否適合消費者。而消費者往往在購物之後，會後悔自己所購入不適合的貨物，或認為自己被營商者誤導購入的時候，可以以冷靜期作一個簡單的理由，要求退回款項。大部分需要冷靜期去要求退款的服務，都是涉及一些預繳式服務，如美容業的套票或收費電視的長期簽訂合約。

5. 外國有關例子

在一些先進的都會，都已經設有冷靜期，美國和星加坡就有三天，星加坡有三日，而歐洲就有7天，期間可以無條件退貨，這可以令消費者的保障。而最近中國商務部已就冷靜期開始提出規範，鼓勵各營商者設立冷靜期。而在中國最受歡迎網購站淘寶網都已經設有7日的冷靜期。

6. 總結

6.1 針對現時香港對不良營商手法有不斷上昇的問題，當局在2010年5月推出諮詢文件就如何規管不良營商手法諮詢市民意見。在文件中當局只提及如何用法律程序去規管不良盈商手法，而對設立冷靜期的問題，只以很小的篇幅的提及。對大部分市民的期望表示落差。

6.2 然而，在不少發達地區，在美國、歐洲和星加坡，已經推行消費冷靜期，以保障消費者利益，而這些政策可以減低消費者被騙的可能性。

6.3 由此可見，特區政府對落實冷靜期一事依然沒有誠意去推行，當一些發達地區已經設立冷靜期去保障消費者權益的時候，當居只是以修改刑法去回應市民。並只是以營商者的角度去反對設立冷靜期。只有當局能夠站在消費者一方，想想如何維護消費者的利益。才可以打擊不良營商手法。

錢偉洛
2012/3/29