

香港特別行政區政府
商務及經濟發展局
工商及旅遊科



COMMERCE, INDUSTRY AND TOURISM BRANCH
COMMERCE AND ECONOMIC
DEVELOPMENT BUREAU
GOVERNMENT OF THE HONG KONG
SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION

LEVEL 23, WEST WING
CENTRAL GOVERNMENT OFFICES
2 TIM MEI AVENUE
ADMIRALTY, HONG KONG

電話號碼 : 3 655 5427
傳真號碼 : 2 869 4420

香港金鐘添美道二號
政府總部西翼二十三樓

香港中區立法會道 1 號
立法會綜合大樓
法案委員會秘書
余天寶女士

余女士：

《2012 年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例草案》
委員會

政府當局就跟進事項的回應

就政府當局對議員於 2012 年 4 月 12 日的法案委員會會議上提出的問題的回應，現謹提供夾附文件，供議員參閱。

商務及經濟發展局局長

（方兆偉



代行)

2012 年 4 月 25 日

副本送：海關關長
律政司司長

（經辦人：張細恩先生）
（經辦人：文偉彥先生
李秀莉女士）

《2012年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例草案》委員會

目的

本文件闡述政府當局就法案委員會於 2012 年 4 月 12 日舉行的會議席上提出的問題的回應。

冷靜期安排

2. 在會議席上，委員問及政府當局對就部分消費交易實施冷靜期安排的立場。委員亦查詢在其他司法管轄區實施冷靜期安排的交易種類的資料。

3. 委員或會察悉，我們曾在 2010 年就一系列針對不良營商手法的立法建議諮詢公眾。總體而言，我們的建議獲得公眾支持。建議大致分為兩部分，首部分建議制訂針對不同種類的不良營商手法的罪行，並加強執法效能；次部分則與強制設立冷靜期有關。我們在 2011 年 1 月發表的諮詢報告中，建議應擴闊冷靜期安排，以涵蓋兩類消費合約，即合約有效期不少於六個月的貨品及／或服務消費合約，及以非應邀方式到訪消費者住所或工作地點訂立的消費合約。

4. 冷靜期的建議涵蓋範圍擴闊後，將影響更多提供不同貨品及服務的商戶，亦會影響商戶運作以及消費者訂立合約的過程。我們曾約見了不同持份者，討論落實建議的仔細安排。商會等就實際運作的問題提出了關注，例如消費者如何行使取消合約權、退款安排及細額交易等。我們需時小心研究可如何在法例中妥善處理這些關注。

5. 為盡快加強保障消費者，我們認為當務之急，是盡快打擊不良營商手法，而《條例草案》正是包含此等相關的立法建議。我們已在 2011 年 10 月 14 日向經濟發展事務委員

會匯報這立場。因應法案委員會的要求，我們會在《條例草案》的恢復二讀辯論中就此議題作出說明。

6. 附錄夾附的列表，詳列某些境外司法管轄區，就不同種類交易實施冷靜期的安排。議員請留意它們均僅涵蓋特定的產品或交易模式。

“營業行為”的釋義

7. 《條例草案》第 3(9)條加入下述對“營業行為”的新釋義：

“營業行為” (commercial practice) 指商戶的任何作為、不作為、一連串的行為、陳述或商業傳訊(包括廣告宣傳及行銷)，而該等作為、不作為、行為、陳述或傳訊是直接與向消費者促銷某產品、售賣或供應某產品予消費者或從消費者處購入某產品或獲取某產品的供應有關連的，不論它們是在關乎某產品的商業交易(如有的話)達成之前、達成過程中或達成之後出現的。

8. 委員在會議席上就上述擬議的釋義提出三項疑問：

- (a) 某宣傳品如果表面上僅提及某產品的潛在負面影響，是否屬於與商戶向消費者促銷該產品有關連的作為；
- (b) 將釋義限於直接與促銷某產品等有關連的作為(及其他)的政策原意；及
- (c) 商戶可否以註明產品只提供予非消費者，籍以逃避受擬議的禁制條文的規管。

9. 就第 8(a)段所述的問題，委員的關注是促銷活動會否被包裝成某類型的負面宣傳從而避規。在考慮某作為是否促

銷時，所有相關的事實及情況均在考慮之列。某項只提及產品的潛在負面影響的宣傳品並不一定代表它不是就有關產品的促銷行為。議員舉出的例子(即“如你想一生感到痛苦，別購買本產品”)，實際上是指出產品的正面影響，即“如你購買該產品，便不會感到痛苦”。再者，即使某宣傳品並非直接與產品的促銷有關連，它仍可以是與該產品的供應有關連的，因此仍屬“營業行為”的釋義之下。

10. 就第 8(b)段所述的問題，我們希望指出，目前的立法工作的目標，是透過杜絕營商者向消費者在促銷、銷售及供應產品時或會採取，並影響消費者作出關於特定產品的決定的不良營商手法，以確保營商者與消費者可公平地交易。就此，採用“直接有關連”的擬議概念已足夠涵蓋相關行為。商戶可能會進行一般的宣傳活動以提升其品牌形象等；這些活動並非直接與促銷產品有關連，故並不應受擬議的罪行圍制。我們認為採用“直接”的字眼是恰當的。

11. 而有關第 8(c)段的問題，某行為是否屬定義所指的營業行為，須視乎該行為的事實情況及性質而定，並不只是按該行為表面所述的對象而定。例如，某宣傳品僅是向批發商促銷產品，則該宣傳品並不是直接與向消費者促銷產品有關連的，因此並不是“營業行為”。但若有按定義所指的消費者接觸到該宣傳品，而商戶向該消費者供應產品，商戶即已作出“直接與售賣或供應某產品予消費者有關連的”行為，亦即是營業行為。就此，《條例草案》下的相關條文即便適用。

與服務有關的“商品說明”的釋義

12. 委員問及與服務有關的“商品說明”的擬議釋義的(c)段(由第 3(9)條加入)是否合適。該釋義的(c)段為：“該服務未被(a)或(b)段所涵蓋的任何其他特性或特質”。委員關注某些於(c)段後的段落，或屬服務的“特性”或“特質”；如是者的

話，該等段落便應置於(c)段之前，因為(c)段的性質，屬全面涵蓋的條文。

13. 我們會就此作考慮，並於稍後回覆。

“消費者”的釋義

14. 我們建議將“消費者”界定為“就某營業行為而言，該人行事(或其行事的本意)的主要目的，是在該人的商業或業務範圍以外的目的”。議員查詢“消費者”的擬議釋義(由第 3(9)條加入)可否簡化，以“並非 (not for) 在該人的商業或業務範圍”取代“在該人的商業或業務範圍以外 (outside)”。我們會就此作考慮，並於稍後回覆。

尋求意見

15. 請議員備悉本文件的內容。

商務及經濟發展局

工商及旅遊科

2012年4月

某些司法管轄區內的強制冷靜期安排

司法管轄區	產品／合約種類	冷靜期的長度
英國	時光共享使用權合約(購買在指定時期的一段時間內享用渡假物業的權利)	14 天
	登門銷售合約(在到訪消費者住所或工作地點期間訂立的合約)	7 天
	遙距銷售合約 (透過遙距通訊方式訂立的合約)	3 個工作日
新加坡	時光共享使用權合約	5 個工作日
	登門銷售合約	5 個工作日
澳洲(聯邦層面)	非應邀消費合約(包括登門及遙距銷售)	10 個營業日