

## 本會 2015 年接獲各類個案總數逾七千宗

更新日期：2016 年 5 月 17 日

本會 2015 年全年受理了 7,439 宗個案，其中 1,914 宗為投訴個案，5,499 宗及 26 宗分別為諮詢及建議個案，整體個案數量比 2014 年的 6,981 增加了約 6.5%。

涉及遊客的投訴及查詢個案分別有 441 宗及 567 宗，總數為 1,008 宗個案，佔本會整體個案數字約為 13.5%。

2015 年結案率超過 97.3%，比 2014 年增加了 1 個百分點，各類個案涉及的總金額超過四億兩千萬澳門元，此由於房地產項目中涉及數十宗消費者在內地及本澳購買在建樓宇(俗稱樓花)住宅單位的消費爭議個案。

2015 年整體投訴個案數字雖略有上升，但僅屬個別範疇的投訴數量有較明顯的增加，主要為佔最多宗數的通訊器材及房地產項目，比 2014 年分別增加了四成半及五倍多。

而多個項目包括電訊服務、珠寶首飾、衣履皮革、攝影器材、電器產品等，錄得超過一成半至三成的跌幅。

2015 年接獲最多投訴的首五項依次是通訊器材(303 宗)、房地產(153 宗)、電訊服務(147 宗)、公共交通(128 宗)以及食品及飲品類(123 宗)，約佔本會全年投訴個案總數量的 45%。

### 通訊器材零售存誤導性推銷

2015 年接獲通訊器材的投訴個案達 303 宗，比 2014 年增加了 95 宗。個案數量增幅較過去兩年明顯，當中遊客投訴約佔四成三。

對通訊器材商號營商手法的投訴有 32 宗，產品質素 80 宗，價格問題 29 宗，約佔相關投訴總量四成六。

投訴手機價格脫離市場正常價格範圍的情況未有改善，並且投訴數字錄得輕微增長。

其中須要關注的是營商手法及產品質素的個案，消費者投訴商號懷疑以誤導、失實的推銷手法，包括混淆“行貨”及“水貨”、吹噓手機功能，甚至隱瞞重要訊息，例如推銷增強版卻以非增強版來售賣給消費者等方式，以上的推銷手法導致消費者作出非原來或錯誤的消費決定，這明顯是利用消費者處於市場弱勢地位，對欠缺手機商品專業知識及資訊的消費者進行損害其權益的行為。

以上兩種情況都會影響本澳消費市場建立經年的誠信、和諧形象，本會除了加強與相關部門的維權訊息通報工作，以及在本澳及境外發出消費提示等教育工作，業界方面亦須自律經營，本會更期望在完善消保法例後可遏止這類侵犯消費者權益的行為。

至於 110 宗投訴手機售後服務個案較上一年度輕微下跌，大部份個案在本會協調下獲得解決。

### 房地產投訴個案激增涉集體事件

房地產投訴宗數以倍數增加，肇因於消費者分別在本地及內地購買了在建樓宇(俗稱樓花)住宅單位，因各種法律原因需要尋求協助。本地方面，涉及海一居事件的集體性質投訴個案共有 45 宗，相關的金額超過二億八千元。

本地居民在內地置業成近年普遍趨勢，2015 年相關的投訴個案就有 67 宗，牽涉金額約九千萬，大部份是投訴當地房地產開發經營企業違規預售商品房，此舉對本澳消費者構成消費風險，經本會與內地，特別是珠海市及橫琴新區消委會/協會透過彼此維權合作協議，及時發揮保護兩地消費者交叉消費權益的效能，迅速解決消費者的投訴，有關違反房地產開發的經營企業已應消費者訴求退回全數訂金或樓款，部份個案則仍在跟進中。本會亦就本澳居民在內地置業發出多次消費提示，提醒本澳居民要多瞭解當地的法律法規。

其他的投訴個案包括有小業主不滿物業管理公司的服務質素及管理費等，這類個案有 14 宗。

### **關注電訊服務新趨勢**

2015 年錄得 147 宗投訴電訊服務個案，比 2014 年下降超過三成三，其中 3G 制式手機服務收費，包括消費者超額使用手機數據流量導致月費增加等的價格爭議投訴個案比上年減少約一半，共有 66 宗，這除與本會及相關部門長期要求電訊服務供應商履行為消費者提示數據流量的服務有關外，消費者能夠留意手機數據流量使用情況，亦可減少相關爭議。

其次為投訴互聯網斷網、網速等問題，以及手機服務合約內容或續期條文不清晰的個案共 31 宗。

本澳流動電話網絡的服務不斷擴展，4G 制式手機服務亦已於 2015 年底開始投入服務，本會密切關注電訊市場發展過程延伸的消費活動，例如形形色色的月費計劃、網絡服務質素等。

### **航空服務訂票爭議投訴個案增加**

公共交通項目中，涉及航空服務的投訴個案共有 100 宗，其中超過一半是消費者受韓國中東呼吸綜合症疫情，以及泰國曼谷市中心發生炸彈襲擊影響，需要取消機票而產生的爭議或困難，向本會尋求協助。

近年消費者自行在網上訂票出外旅遊而衍生各類投訴有量加的趨勢，從投訴個案反映，消費者最不滿是如需更改或取消機票，航空公司會要求收取手續費，認為航空公司在消費者訂票過程中應有更多的說明及提示。其次在更改航班時，航空公司沒有為消費者提供足夠的訊息，2015 年涉及以上的問題就有 23 宗個案。

本會表示，消費者如自行規劃外出旅遊行程，事前需要多查找資料，諮詢親友意見，增強自我管理行程的能力，另外，受全球公共衛生或各國政局問題等突發事件的影響，消費者在出外旅遊前應購買有較全面保障的旅遊保險。本會亦建議航空公司應重視消費者的意見，在訂票條文或過程中給予消費者更多清晰的訊息。

另外，本澳消費者對廉航的投訴較少，但本會仍需提醒消費者，廉航的機票價格如加上其他服務費用未必比非廉航的便宜，消費者應多作出比較。

在陸上交通服務中，有 24 宗涉及的士的投訴個案，主要是投訴的士濫收車資及拒載，但宗數較 2014 年減少四成多。

### **食品及飲品類**

123 宗投訴個案涉及各類食品及飲品的品質及衛生情況，另外，商號“呢秤”、出

售過期、懷疑冒假食品的投訴個案有 17 宗，有關的個案都轉交相關權限部門作出跟進及調查。

懷疑冒假食品的個案中，又以蔘茸海味食品居多，本刊已就如何辨識相關食品的真假以專文向消費者提供訊息，提升消費者自我保護能力。

### **旅客對通訊器材與鐘錶的投訴宗數增加兩成**

2015 年旅客的投訴個案有 441 宗，佔本會體整投訴個案數字的兩成三，比例與 2014 年相若，遊客整體投訴個案數字有輕微下降，但通訊器材與鐘錶的個案量比 2014 年略為增長，分別約有兩成的升幅，主要是投訴商品的質素及售後服務。

旅客投訴首五個項目依次是通訊器材(131 宗)、鐘錶(67 宗)、珠寶首飾(43 宗)、衣履皮革(28 宗)以及食品及飲品類(23 宗)共 292 宗投訴個案，已佔旅客總投訴個案數量的六成六，主要來自內地居民。

旅遊業是本澳重要的產業，零售業更位居產業前線，本會持續透過內地的消保組織發佈來澳旅遊消費購物提示或錦囊，以及宣傳本會“誠信店”的維權機制，藉此減少因兩地文化差異引致的誤會，或避免旅客因不熟悉本澳環境，而不慎到個別營商手法有問題的商號光顧。

投訴個案中，有 13 宗涉及本地酒店服務條款及質素，當中主要因溝通及文化差異等問題而產生之爭議，但本會仍建議企業應重視有關投訴，讓旅客對本澳留有美好印象。

### **預繳與網絡消費存有一定風險**

2015 年有個別項目的投訴個案量有明顯增幅，其中個人護理產品及服務投訴個案錄得超過七成的增幅，達 105 宗，其中 66 宗與預繳式美容療程有關，其中四成個案是因為美容院結業導致消費者無法使用服務。為此，本會再次提醒消費者，即使某些消費活動習慣採用預繳方式消費，但消費的金額不應過高，並儘快使用有關的服務，降低預繳式消費的風險。

2015 年關於網上消費的投訴有 39 宗，當中不乏在網上購買食品及藥物的消費行為。本會特別提醒消費者在網上購買這類商品，相對預購機票、門券等消費活動的風險更高，除可能的金錢損失外，甚至危害消費者的健康，故建議消費者不宜進行這類消費活動。

### **每年處理查詢個案超過五千宗**

本會透過部門協作，進行消費風險訊息的互換，對本澳市民及時發出“消費提示”，並就不同社群設計專題活動，以提高居民自我保護的意識及能力。另外，本會亦配合內地長假期發出來澳旅遊消費提示，向內地各省市介紹本澳“誠信店”維權機制。

宣傳教育可以培養消費者“先查詢，後消費”的習慣，本會每年處理的查詢個案超過五千宗，2015 年消費者的查詢個案比 2014 年增加約 5%。

### **消費維權工作要緊隨國際趨勢**

本會在 2016 年將致力配合特區政府修訂保護消費者法律制度的立法進程，爭取更完善的法例制度來提升消費者的權益。

消費者服務方面，持續完善及延伸電子平台查詢個案進度的服務，尤其透過互聯網途徑以加快收集及發放粵澳區域的消費維權資訊，有效及時處理交叉消費投訴個案。

本會繼續擴大與加強抽查與調查工作，其中拉近八次的超市物價普查發放時間，集中上半個月完成月度調查工作，以加強價格的時效性及實效性，並增加調查的貨品種類。

通過科學的方式來實行“誠信店”優質標誌計劃，持續提升評核標準，保證“誠信店”質素，發揮“誠信店”保障消費者權益第一道防線的功效，致力構建“誠信澳門”。

本會除繼續進行普及性的消費者教育工作外，並會對弱勢社群提供常識性的維權訊息，保障他們在日常生活中的安全權與品質，為青少年進行現代化的消費者教育，提升作為社會未來主人翁需具備的有關消費層面之公民意識。