

澳門消費

CONSUMIDOR

343

免費贈閱
Distribuição Gratuita

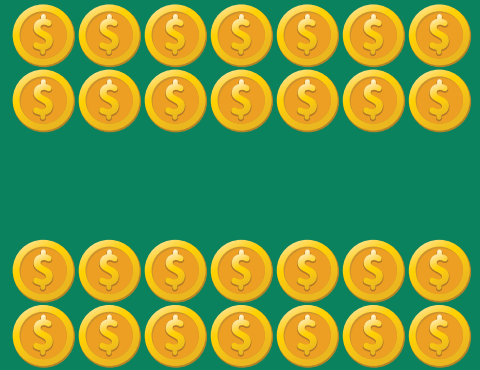
澳深兩地智能手錶 比較試驗結果

Resultados do teste comparativo
sobre os relógios inteligentes de
Macau e Shenzhen



中消協2022年消費維權年主題 “共促消費公平”

Associação de Consumidores da China
divulga o tema anual de defesa do
consumidor de 2022: “Promover juntos
a justiça no consumo”



國際消聯公佈2022世界消費者權益日 年主題：公平數字金融

Consumer International divulga o tema anual para o Dia Mundial
dos Direitos do Consumidor 2022: Finanças Digitais Justas

橫琴粵澳深度合作區 購買商業辦公樓盤項目重大風險提示

Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau
em Hengqin

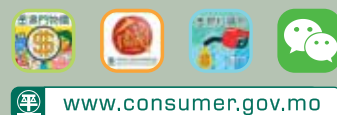
Dicas sobre os riscos sérios na aquisição dos edifícios de
escritórios comerciais

《消費者權益保護法》— 預繳式合同篇

《Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor》-
Contratos em forma de pré-pagamento

消費提示 — 價格標示資訊應準確

Dica de consumo - Precisão na apresentação de preços



www.consumer.gov.mo



出版 Editora

澳門特別行政區政府消費者委員會

Conselho de Consumidores do Governo da RAEM

網址 / Website: <http://www.consumer.gov.mo/>

電郵地址 / Email: info@consumer.gov.mo

澳門郵箱 / Caixa Postal: 3065

誠信店優質標誌



網上誠信店標誌



加盟商號標誌



消費者委員會 Conselho de Consumidores

澳門高士德大馬路26號何鴻燊夫人大廈3-5樓

Av. de Horta e Costa, n.º 26,

Edif. Clementina Ho, 3º a 5º andares, Macau

電話 / Tel: 8988 9315 (24小時電話錄音)

圖文傳真 / Fax: 2830 7816

公眾接待 Local de Atendimento ao Público

澳門黑沙環新街52號政府綜合服務大樓1樓M區

Rua Nova da Areia Preta, n.º 52,

Centro de Serviços da RAEM, 1º andar, Zona M, Macau

電話 / Tel: 8988 9315 (24小時電話錄音)

圖文傳真 / Fax: 2848 2741

接待時間 / Horário de atendimento ao público:

9:00-18:00 (星期一至五 2.ª a 6.ª feira)

市民可透過以下途徑使用預約服務:

Os cidadãos podem recorrer ao serviço de marcação prévia:

- (1) 親臨預約 / Por deslocação pessoal
- (2) 電話預約 / Por via telefónica
- (3) 網上預約 / Por Internet
<https://app.iacm.gov.mo/booking/webBookingAction.do?action=webadd21>
- (4) 辦公時間內之繁忙時段預先取籌 / Por obtenção de senha online na hora de ponta dentro do horário de expediente
<https://www.csaem.gov.mo>

澳門高士德大馬路26號何鴻燊夫人大廈4樓

Av. de Horta e Costa, n.º 26,

Edif. Clementina Ho, 4º andar, Macau

電話 / Tel: 8988 9315 (24小時電話錄音)

圖文傳真 / Fax: 2830 7816

接待時間 / Horário de atendimento ao público:

9:00-13:00, 14:30-17:45 (星期一至四 2.ª a 5.ª feira);

9:00-13:00, 14:30-17:30 (星期五 6.ª feira)



結盟單位

北京市消費者協會
天津市消費者協會
遼寧省消費者協會
黑龍江省消費者協會
福建省消費者權益保護委員會
廣東省消費者委員會
重慶市消費者權益保護委員會
甘肅省消費者協會
武漢市消費者協會
成都市消費者協會
南京市消費者協會

西安市消費者協會
杭州市消費者權益保護委員會
大連市消費者協會
青島市消費者權益保護委員會
昆明市消費者協會
台灣地區財團法人消費者文教基金會
珠海市橫琴新區消費者協會
中國全聯旅遊業商會
江蘇省消費者權益保護委員會
陝西省消費者權益保護委員會
上海市消費者權益保護委員會

常州市消費者權益保護委員會
四川省保護消費者權益委員會
雲南省消費者協會
湛江市消費者委員會
海南省消費者委員會
青海省消費者協會

粵港澳大灣區
廣州市消費者委員會
深圳市消費者委員會
珠海市消費者權益保護委員會
佛山市消費者委員會
惠州市消費者權益保護委員會
東莞市消費者委員會
中山市消費者委員會
江門市消費者權益保護委員會
肇慶市消費者委員會
香港消費者委員會
澳門消費者委員會

海外結盟單位



CONSUMIDOR
葡萄牙消費者總局



CONSUMARE
國際葡萄牙語消費者協會組織



DECO
葡萄牙消費者保護協會



PROTESTE!
巴西消費者保護協會



東帝汶消費者保護協會



CASE
新加坡消費者協會



ASAE
葡萄牙食品及經濟安全局



한국소비자원
韓國消費者院



ProConsumers
莫桑比克消費者研究及保護協會

3 編者話

調查報告

- 4 澳深兩地智能手錶比較試驗結果

其他地區維權訊息

- 12 中消協2022年消費維權年主題
“共促消費公平”
- 15 國際消聯公佈2022世界消費者權益日
年主題：公平數字金融

專題

- 17 橫琴粵澳深度合作區
購買商業辦公樓盤項目重大風險提示
- 19 《消費者權益保護法》— 預繳式合同篇
- 21 2月份投訴個案分類

消費提示

- 22 消費提示 — 價格標示資訊應準確
- 23 2月份新加盟商號名單

3 Editorial

Relatório

- 9 Resultados do teste comparativo sobre os relógios inteligentes de Macau e Shenzhen

Informação sobre a defesa do consumidor no exterior

- 13 Associação de Consumidores da China divulga o tema anual de defesa do consumidor de 2022: “Promover juntos a justiça no consumo”
- 16 *Consumer International* divulga o tema anual para o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor 2022: Finanças Digitais Justas

Reportagem temática

- 17 Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin
Dicas sobre os riscos sérios na aquisição dos edifícios de escritórios comerciais
- 20 《Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor》- Contratos em forma de pré-pagamento
- 21 Análise dos casos recebidos em Fevereiro

Dicas para consumidores

- 22 Dica de consumo - Precisão na apresentação de preços
- 23 Lista de novas Lojas Aderentes em Fevereiro



編者話 Editorial

每年的三月十五日是“世界消費者權益日”。國際消費者聯會及中國消費者協會均因應全球或內地社會及經濟的發展，探討所產生的消費現象，定出不同的年度主題，呼籲及發動全球或全國消費者組織舉辦不同的活動，喚起政府與社會關注。

國際消費者聯會成立於一九六零年，是一個獨立、非牟利的國際組織，其兩百多個會員組織來自全球一百多個國家與地區，本會於一九九七年成為正式會員。其今年的主題為“公平數字金融”(Fair Digital Finance)，提倡全球消費者都享有安全和公平的金融服務。

中國消費者協會是領導全國各省市的消費維權單位。該會因應國情訂定相關年度主題並要求全國消費者組織配合推動。其今年的年主題為“共促消費公平”，期望推動社會共識，築牢消費公平社會基礎。

本會因應第9/2021號法律《消費者權益保護法》生效，於今年的“世界消費者權益日”舉辦四格漫畫比賽。另外本會亦和法務局合辦網上法律知識闖關遊戲，通過有趣的遊戲和活動，讓大眾更深入認識法律。 **KL**

Anualmente, é celebrado em 15 de Março o “Dia Mundial dos Direitos do Consumidor”, sendo assim, à medida do desenvolvimento socio-económico global ou do Interior da China, a *Consumer International* e a Associação dos Consumidores da China abordam respectivamente os fenómenos de consumo e definir um novo tema anual, apelam ou lançam iniciativa junto das associações globais ou do Interior da China para realizar diversas actividades, no sentido de chamar atenção dos governos e das sociedades.

A *Consumer International* é uma organização internacional independente sem fins lucrativos, criada em 1960, com mais de 200 organizações-membros vindas de mais de 100 países e regiões no mundo, tendo o CC aderido oficialmente em 1997. O seu tema anual deste ano é “*Fair Digital Finance*” (Finanças Digitais Justas, tradução nossa), com o objectivo de promover o direito aos serviços financeiros seguros e justos que todos os consumidores do mundo têm.

A Associação de Consumidores da China é um órgão dirigente para a defesa dos direitos de consumo de todas as províncias e cidades do Interior da China, que define anualmente um tema correspondente à situação nacional e exige a articulação por todas as associações de consumidores do país para efeitos de promoção. O seu tema anual deste ano é “Promover juntos a justiça no consumo”, com expectativas de fomentar o consenso social e de fortalecer a base social da justiça no consumo.

Em resposta à vigência da Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor), o CC realiza um concurso de banda desenhada para assinalar o “Dia Mundial dos Direitos do Consumidor” deste ano. Além disso, o CC e a Direcção dos Serviços de Assuntos de Justiça co-organizam um jogo *online* sobre os conhecimentos jurídicos, com o intuito de aprofundar os conhecimentos jurídicos do público através de jogos e actividades interessantes.

澳深兩地智能手錶 比較試驗結果



智能手錶憑藉強大的應用、健康監測、語音交互等功能，成為當下熱銷的智能電子產品之一。為瞭解澳門、深圳兩地市面智能手錶品質，提供更多資訊供消費者參考，引導消費者科學理性消費，澳門特別行政區政府消費者委員會聯同深圳市消費者委員會（含福田區消費者委員會）開展了智能手錶比較試驗。

樣本來源

本次比較試驗共抽取15款智能手錶樣本，當中2款樣本由本會工作人員以一般消費者身份在澳門實體店購買，零售價分別為3,299.00澳門元及3,400.00澳門元，另外13款樣本由深圳市消委會在線上購物平台購買，零售價由798.00人民幣至2,890.00人民幣不等。

檢測項目

本次比較試驗從標籤標識、材料安全（多環芳烴及耐老化測試）、信息安全（個人信息安全及鑒別機制）、性能（防水測試及續航時間）及感官測試（計步準確性及心率脈搏）五個方面進行。

三、檢測結果

（一）標籤標識

根據SJ/T 11364-2014《電子電氣產品有害物質限制使用標識要求》，樣本須有4項標識：有害物質限制使用標誌、有害物質標識、環保使用期限標識及回收利用標識。

是次15款樣本中有14款樣本符合標準要求，編號14的樣本只標識了“有害物質標識”，未標識“有害物質限制使用標誌”、“環保使用期限標識”及“回收利用標識”三項，不符合標準要求。

（二）材料安全

根據前期問卷調查發現，錶帶材料安全及材質問題是澳門和深圳兩地消費者購買智能手錶時較為關注的問題。智能手錶的錶帶是否含有有害物質？是否容易老化裂開？本次比較試驗會從錶帶是否含有15種多環芳烴，以及耐老化方面進行測試。

1. 多環芳烴

生產智能手錶的橡膠或軟質塑膠錶帶過程中，有可能會添加軟化油劑或者炭黑，導致存在多環芳烴。本次測試依據AfPS GS 2019:01 PAK對15種多環芳烴進行檢測。若錶帶中的多環芳烴超標，有可能通過皮膚或者呼吸途徑進入人體，損害健康，長期接觸更可能有致癌風險。

2. 耐老化測試

將樣本的錶帶兩端固定在拉力測試機上，沿錶帶水平方向施加45N力，保持1秒，重複進行2,000次拉力測試。錶帶若出現斷裂、彎折無法恢復等情況則視為不合格。

是次檢測結果顯示，15款樣本均未檢出多環芳烴，亦符合2,000次拉力測試的要求。



（圖1）拉力測試過程圖

(三) 信息安全

智能手錶的應用程式 (Apps) 是否真的存在過度收集消費者個人信息的現象？哪款終端應用軟件安全可靠？本次比較試驗從個人信息安全 (13項) 和鑒別機制 (3項) 兩方面進行測試。

1. 個人信息安全

個人信息安全是測試應用程式 (Apps) 是否存在違法違規收集使用個人信息的情況。是次檢測結果顯示，15款樣本個人信息安全指標均符合標準要求。

2. 鑒別機制

鑒別機制是檢查終端應用程式 (Apps) 是否具備身份鑒別功能 (身份認證)、接入認證失敗的處理能力 (驗證碼安全機制)、限制非法登錄次數 (口令安全機制) 等措施。

是次檢測結果顯示，15款樣本中，編號15的樣本驗證碼安全不具備防重放攻擊機制，同一個驗證碼可以重複使用。驗證碼使用過一次後未失效，不符合標準要求。

(四) 性能

本次比較試驗對樣本的防水等級和待機續航時間兩項性能進行測試。

1. 防水等級

防水等級是根據樣本說明書宣稱的防水等級，依據標準GB/T 4208測試樣本是否與描述一致。對於未宣稱防水等級的產品，統一按IPX4進行測試，IPX4防水等級意味着對產品各方向濺水無有害影響。

2. 待機續航時間

待機續航時間是在完全充滿電開機後，樣本處於預設狀態條件下靜止放置，然後開始計時持續監測，直至樣本電量耗盡關機，停止計時，並記錄整個過程所需時間。

是次檢測結果顯示，15款樣本的防水等級均符合測試要求；而在待機續航時間檢測項目中，各樣本的續航時間表現不一，從2天到30天以上不等，當中有8款樣本的續航時間超過15天，表現優秀。

(五) 感官測試

本次感官測試以計步準確性和心率脈搏作指標。實驗室測試人員模擬消費者日常使用的直線步行、直線跑步及上下樓梯三種情景下進行測試；心率脈搏則模擬運動後和靜息狀態下使用情景對比專業儀器進行測試。

是次檢測結果顯示，15款樣本的計步準確性和心率脈搏比對測試表現較好，計步100步平均誤差在4.47步，心率平均誤差1.65次/秒。

消費提示

(一) 根據實際需求購買

智能手錶功能多，建議消費者根據實際使用情況選購。一般需求的消費者，選購時注意挑選通話、定位及續航時間表現較佳的設備。


(二) 健康功能的結果僅作為參考，不能代替專業儀器

智能手錶的健康功能如心率監測、血壓等，監測結果不能代表消費者實際健康狀況。因為這類智能手錶非醫療器械，其測量的數據和結果僅可作為參考，不能作為診療的依據，也不建議作為替代專業的醫療器械使用。

(三) 有防水功能，不代表可以潛水使用

日常的防水需求，如戴着洗手、洗碗等家務時，建議選擇IPX4以上的防水等級；須戴着游泳可選擇產品標注5ATM或者IPX8 (50米) 的防水等級；防水性能會隨着設備使用程度而下降，因此建議儘量避免水中使用；如須潛水使用，須購買專業的潛水設備。

(四) 定期更換密碼

消費者在智能手錶上安裝移動應用程式 (Apps) 時，注意權限設置的最小必要原則 (如明顯使用時不需要讀取通訊錄等信息時，可設置拒絕)；設置密碼注意複雜度，避免一碼多用，即多個應用程式使用相同用戶名和密碼，並定期更換密碼。 

澳深兩地智能手錶比較試驗樣本資料 Resultados do teste comparativo sobre os relógios inteligentes de Macau e

編號 N.º	品牌 ^[1] Marca ^[1]	樣品名稱 Modelo	規格型號／顏色 Canal de compra	購買地 Local de compra	零售價 ^[2] Preço ^[2]	標籤標識 ^[3] Indicações ^[3]	材料 Segurança
						多環芳烴 HAPs	
1	華為 HUAWEI	HUAWEI WATCH GT 2 Pro	VID-B19／幻夜黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	2,188.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
2	華米 Amazfit	Amazfit T-Rex Pro	A2011／隕石黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	1,099.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
3	一加 OnePlus	OnePlus Watch	W301CN／亮黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	999.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
4	榮耀 HONOR	HONOR MagicWatch 2	MNS-B39／亞麻棕 (Castanho)	中國內地 Interior da China	989.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
5	華米 Amazfit	Amazfit GTR 2e	A2022／曜石黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	799.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
6	三星 Samsung	Galaxy Watch3	SM-R840／曜岩黑 (Preto)	澳門地區 RAEM	3,400.00澳門元 (patacas)	★★★★★	★★★★★
7	小米 Mi	小米手錶	XMWT01／典雅黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	999.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
8	頌拓 SUUNTO	SUUNTO 7	OW185／古銅黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	2,890.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
9	蘋果 Apple	SERIES 6	MG133ZP／黑色 (Preto)	澳門地區 RAEM	3,299.00澳門元 (patacas)	★★★★★	★★★★★
10	佳明 GARMIN	Forerunner 245	Forerunner245／神秘灰 (Cinzento)	中國內地 Interior da China	2,449.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
11	歐珀 OPPO	OPPO Watch	OW19W1／曜黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	1,499.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
12	維沃 vivo	vivo WATCH	WA2056／鋒尚銀 (Prata)	中國內地 Interior da China	1,299.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
13	努比亞 nubia	nubia WATCH	SW1003／騎士黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	798.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★
14	宜准 EZON	R6	R6A12／曜石黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	1,159.00人民幣 (renminbi)	★	★★★★★
15	出門問問 Ticwatch	TicWatch Pro 2021 4G版	WF11016／幻影黑 (Preto)	中國內地 Interior da China	1,599.00人民幣 (renminbi)	★★★★★	★★★★★

備註：

- [1] 以樣本總評分排序，最多為★★★★★，“★”越多結果越好，排名越前。同星級樣本排名不分先後。
- [2] 購買樣本時的零售價，不同零售點售價可能有差異。
- [3] 標籤標識項目是根據SJ/T 11364-2014《電子電氣產品有害物質限制使用標識要求》的要求，樣本須有4項標識：有害物質限制使用標識、有害物質標識、環保使用期限標識、回收利用標識。當中編號14的樣本只標識了“有害物質標識”，未標識其餘三項，不符合標準要求。
- [4] 鑒別機制項目是檢查終端應用程式(Apps)是否具備身份鑒別功能(身份認證)、接入認證失敗的處理能力(驗證碼安全機制)、限制非法登錄次數(口令安全機制)等措施。當中編號15的樣本驗證碼安全不具備防重放攻擊機制，同一個驗證碼可以重複使用，驗證碼使用過一次後未失效，不符合標準要求。

- [5] 總評分比例：標籤標識—10%、材料安全(多環芳烴—10%、耐老化測試—10%)、資訊安全(個人資訊安全—15%、鑒別機制—15%)、性能(防水測試—10%、續航時間—10%)、感官測試(計步準確性—10%、心率脈搏—10%)。
- [6] 本次比較試驗所有樣本均由工作人員以普通消費者身份通過正規銷售管道購買。
- [7] 本次比較試驗評價結果基於本次試驗檢測結果。
- [8] 本次比較試驗結果僅對所購買的樣品負責，結果僅供消費者參考，不代表同品牌不同批次、不同規格產品的品質狀況，不構成對相關產品的推薦與宣傳。
- [9] 未經本會及深圳市、區消委會書面允許，任何單位和個人不得擅自使用本次比較試驗結果作為商業宣傳。



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



Resultados do teste comparativo sobre os relógios inteligentes de Macau e Shenzhen

Com as funções poderosas de aplicação, monitorização de dados de saúde e de interacção oral inteligente, os relógios inteligentes ficam a ser um dos produtos electrónicos inteligentes mais vendidos no dia de hoje. Para conhecer a qualidade dos relógios inteligentes que se encontram nos mercados de Macau e Shenzhen, fornecer mais informações como referências dos consumidores, e instruí-los a consumir de forma científica e racional, o Conselho de Consumidores do Governo da RAEM (CC), junto com o Conselho de Consumidores da Cidade de Shenzhen (em que se integra o Conselho de Consumidores do Distrito de Futian), realizou um teste comparativo sobre os relógios inteligentes.

Fontes das amostras

Neste teste comparativo, foram amostrados 15 relógios inteligentes, dos quais dois foram adquiridos nas lojas físicas de Macau, pelos trabalhadores do CC, na qualidade dos consumidores gerais, com respectivos preços de retalho de 3.299,00 patacas e de 3.400,00 patacas. As restantes 13 amostras foram adquiridas pelo Conselho de Consumidores da Cidade de Shenzhen nas plataformas de compras online, com os preços de retalho compreendidos entre 798,00 *renminbi* e 2.890,00 *renminbi*.

Itens de avaliação

O presente teste comparativo foi realizado nos cinco

aspectos, nomeadamente as indicações, a segurança material (hidrocarbonetos aromáticos policíclicos e avaliação de qualidade contra o envelhecimento), a segurança informática (segurança dos dados pessoais e sistema de reconhecimento), as funções (resistência à água e durabilidade de bateria) e a avaliação sensorial (precisão da contagem dos passos, ritmos e pulsos cardíacos).

Resultados do teste

(1) Indicações:

Conforme a norma SJ/T 11364-2014 “*Marking for the restriction of hazardous substances in electrical and electronic products*” (Exigências relativas às indicações sobre a utilização restritiva das substâncias nocivas nos produtos eléctricos e electrónicos, tradução nossa), nas amostras devem-se reunir quatro indicações: indicação sobre a utilização restritiva de substâncias nocivas, indicação sobre as substâncias nocivas, indicação sobre o prazo para a utilização ambientalmente amigável e indicação sobre a reciclagem e a reutilização.

Entre as 15 amostras, 14 satisfazem as exigências da norma. Na amostra n.º 14, apenas se encontra a indicação sobre as “substâncias nocivas”, sem as indicações sobre a “utilização restritiva das substâncias nocivas nos produtos eléctricos e electrónicos”, o “prazo para a utilização ambientalmente amigável” e as “reciclagem e reutilização”.

(2) Segurança material:

Segundo a investigação preliminar, os problemas mais preocupados pelos consumidores de Macau e Shenzhen na

aquisição de relógios inteligentes são a segurança material e a qualidade material de braceletes de relógios. Existem teores de substâncias nocivas nos braceletes de relógios inteligentes? São facilmente fendidos por motivo de envelhecimento? Neste teste comparativo, foram testadas a existência do teor de 15 hidrocarbonetos aromáticos policíclicos e a qualidade contra o envelhecimento.

1. Hidrocarbonetos aromáticos policíclicos (HAPs)

No processo de produção de braceletes de relógios inteligentes de borracha ou de plásticos não-rígidos, é possível adicionar neles óleos amaciadores ou fuligens, o que pode resultar na existência de HAPs. O presente teste tem por objectivo detectar a existência de 15 HAPs, conforme a norma “AfPS GS 2019:01 PAK”. Se existir um teor excessivo de HAPs, é susceptível que estes sejam absorvidos pelo corpo humano através de peles ou meios respiratórios e possam prejudicar a saúde, ou até causar riscos carcinogénicos em caso de utilização a longo prazo.

2. Avaliação da qualidade contra o envelhecimento

A avaliação foi realizada por fixar as pontas de um bracelete amostrado na máquina para ensaios de tracção, impor uma força de 45N à direcção horizontal dos braceletes, permanecer 1 segundo e repetir 2.000 vezes de ensaios de tracção. Se ficar rompido ou torcido de forma invertível, é avaliado como não aprovado.

Segundo os resultados de avaliação, não foi detectado teor de HAPs em todas as 15 amostras, como também todas



Imagem 1 Imagem sobre o processo de realização de ensaios de tracção

satisfazem o critério de realização de 2.000 vezes de ensaios de tracção.

3. Segurança informática:

Será que existem realmente problemas de recolha excessiva dos dados pessoais pelas aplicações instaladas nos relógios inteligentes? Quais são as aplicações mais seguras e confiáveis? Neste teste comparativo, foram avaliados dois aspectos, nomeadamente a segurança dos dados pessoais (13 itens) e o sistema de reconhecimento (3 itens).

1. Segurança dos dados pessoais

A avaliação da segurança de dados pessoais tem como objectivo verificar se existem recolhas e utilizações ilegais ou irregulares quando no aproveitamento de aplicações. Segundo os resultados, todas as 15 amostras satisfazem os critérios indicadores para a segurança dos dados pessoais.

2. Sistema de reconhecimento

A avaliação do sistema de reconhecimento tem o objectivo de verificar se as aplicações são dotadas das funções de reconhecimento de identidade (identificação), da capacidade de tratamento das falhas no acesso por reconhecimento (sistema de segurança pela introdução de código de verificação) e do limite máximo para tentativas do acesso ilegal (sistema de segurança de senhas).

Segundo os resultados, entre as 15 amostras, o sistema de segurança pela introdução de código de verificação da amostra n.º 15 não é dotado do regime contra o ataque de replay, ou seja, um mesmo código de verificação pode ser introduzido repetidamente, sem tornar inválido após uma introdução, pelo que, esta amostra não satisfaz o critério.

4. Funções:

Neste teste comparativo, foram avaliadas duas funções, que são o grau de resistência à água e a durabilidade de bateria no modo de espera.

1. Grau de resistência à água

A avaliação do grau de resistência à água é realizada por verificar a conformidade do grau declarado no manual das amostras com a descrição sobre o mesmo grau conforme

a norma GB/T 4208. Para a avaliação das amostras sem indicação sobre o grau de resistência à água, foi adoptado o padrão do grau IPX4, que representa uma plena protecção do produto face ao respingo de todas as direcções.

2. Durabilidade de bateria no modo de espera

Foi realizada uma monitorização contínua das amostras permanecidas sob umas condições pré-definidas, por iniciar a contagem do tempo, desde a ligação após o carregamento completo até ao esgotamento da bateria, tendo registado o tempo necessário para todo o processo.

Segundo os resultados, todas as 15 amostras satisfazem o critério relativo ao grau de resistência à água. Quanto à durabilidade de bateria, os desempenhos das amostras variam-se, desde 2 dias até a mais de 30 dias. Entre as quais, 8 amostras possuem um desempenho excelente, por terem durado mais de 15 dias.

5. Avaliação sensorial

Foram avaliados pelos laboratoristas dois indicadores, que são a precisão da contagem dos passos e os ritmos e pulsos cardíacos, por simularem três situações habituais em que os consumidores andam em linha recta, correm em linha recta, e sobem e descem escadas; os ritmos e pulsos cardíacos foram medidos através de equipamento profissional, respectivamente após o exercício simulado e sob umas condições permanecidas.

Segundo os resultados, as funções da precisão da contagem dos passos e dos ritmos e pulsos cardíacos foram apresentadas com um desempenho relativamente melhor, registando diferenças médias de 4,47 passos por 100 passos e de 1,65 vezes de ritmos cardíacos por segundo.

Dicas de consumo

(1) Compras conforme as necessidades reais

Tendo em conta as funções diversificadas dos relógios inteligentes, é aconselhável que os consumidores façam compras conforme as necessidades reais de utilização. Na escolha e aquisição dos relógios inteligentes, os consumidores com necessidades gerais devem prestar atenção para escolher um relógio inteligente com desempenho relativamente melhor nas funções de chamadas, posicionamento e durabilidade de bateria.

(2) Registos dos dados de saúde como meras referências, sem substituição de aparelhos profissionais

Os registos de dados de saúde, como de ritmos cardíacos, tanto de tensão arterial, monitorizados mediante as funções dos relógios inteligentes, não apresentam o estado real de saúde dos consumidores. Sendo que estes relógios inteligentes não se destinam ao uso médico, os dados registados e os resultados de monitorização apenas servem de meras referências, sem adopção como fundamentos diagnósticos, pelo que, não é recomendada a substituição de aparelhos médicos profissionais pelos relógios inteligentes.

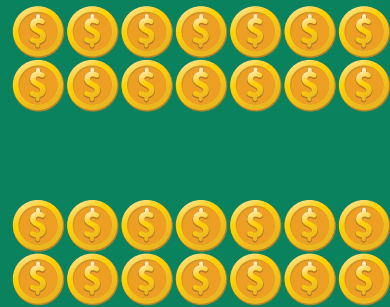
(3) Não utilização dos relógios resistentes à água no mergulho

Quanto às exigências habituais de resistência à água, como a utilização na lavagem das mãos ou louças, é recomendada a escolha do grau de resistência à água superior ao IPX4; para a utilização na natação, deve-se escolher os relógios indicados com o grau de resistência à água 5ATM ou IPX8 (50 metros); a capacidade da resistência à água pode diminuir ao longo da utilização, pelo que, é aconselhável evitar a utilização dentro da água; se for necessário utilizar no mergulho, deve-se comprar equipamento profissional para usos de mergulho.

(4) Alteração regular de senhas

Para a instalação das aplicações no relógio inteligente, os consumidores devem prestar atenção para as definirem conforme o princípio de autorização mínima (se, como evidente, a aplicação não necessitar das informações obtidas mediante o acesso ao contacto, pode-se recusar a autorização); deve-se notar a complexidade de senhas e evitar a utilização múltipla de uma mesma senha, ou seja, a utilização de um mesmo nome de utilizador e uma mesma senha para várias aplicações, bem como alterar as senhas regularmente.

中消協2022年消費維權年主題 “共促消費公平”



中國消費者協會（以下簡稱“中消協”）日前公佈2022年全國消協組織消費維權年主題“共促消費公平”。中消協以及全國各級消費者組織將圍繞年主題開展五個方面的工作，維護廣大消費者的合法權益，築牢消費公平的社會基礎。

年主題“共促消費公平”具有四大涵義：

（一）嚴格落實法律規定，實現更有保障消費公平。

公平是實現消費者法定權益的價值基礎。近年來，很多消費領域不公平的問題依然存在，且隨着消費新業態、新模式的不斷出現，消費者要求被公平對待的呼聲更加強烈。消費者組織要全面履行法律賦予的職責，積極聯動社會各方力量，推動完善相關法律制度，共同促進消費公平，讓消費者權益法治保障基礎更加堅實。

（二）積極引導“科技向善”，實現更深層次消費公平。

經濟發展、技術進步和消費業態的快速升級雖滿足了消費者多樣化的消費需求，但一些平台和經營者違背“科技向善”的倫理價值追求，對消費者的消費信息、消費心理、消費行為、消費能力等進行不當採集、篩選及使用，破壞了誠信的消費環境。共促消費公平就是要引導經營者牢固樹立“科技向善”的價值理念，加強監督及促進各類消費業態、模式規範發展，保障全體消費者享有平等的消費權利。

（三）強化特殊群體保護，實現更大範圍消費公平。

共促消費公平是促進全體消費者的消費公平。既要推進普及性的基礎民生保障，也要強化未成年人、老年人、殘疾人及低收入人群等特殊消費群體的保護力度，使他們享有均等的機會和平等的身份參與消費活動，實現更大範圍的消費公平。

（四）踐行綠色低碳消費，實現更可持續消費公平。

共促消費公平是要宣導消費者積極實踐綠色低碳生

活和可持續性消費方式，為子孫後代留下更多的地球資源，讓其能夠公平地享有消費權利，實現更可持續發展。

中消協圍繞“共促消費公平”年主題，與全國消費者組織計劃開展以下工作：

- 積極開展年主題宣傳，協同各方力量，引導節約適度、綠色低碳消費，促進可持續消費。
- 強化維權熱點問題的政策法律分析與議程設置，有效參與消保範疇的法律法規和標準制修訂。
- 圍繞新能源汽車、網路遊戲、校外培訓、老年消費、未成年人消費、殘疾人消費、農村消費、個人信息保護、預付式消費、公共服務消費等領域開展民生領域消費監督活動，開展不公平合同格式條款點評活動，提升消費監督效能。
- 強化消費教育引導協作，推動重點行業建立公平對待消費者自律公約，落實《消費教育大綱》要求，不斷滿足消費者多樣化、個性化的消費信息需求。
- 推進消費投訴信息綜合利用，提高消費糾紛化解效率，加大消費投訴信息公示工作指導力度，守護安全底線，共促消費公平。

中消協希望透過上述工作凝聚社會力量，推動社會共識，築牢消費公平社會基礎。對於近年消費領域發展暴露出諸多不平衡及不公平的問題，消協組織要加強理論研究和分析研判，促進制度完善，夯實消費公平法治保障。面對消費不公平的問題，應突出問題導向，堅持維權主張，加大消費公平救濟力度。此外，須幫助各層面的消費者掌握合理的消費知識，強化消費教育及加強宣傳引導，壯大消費公平監督力量。 ①

註：部份內容摘錄自中國消費者協會官方網頁

Associação de Consumidores da China divulga o tema anual de defesa do consumidor de 2022: “Promover juntos a justiça no consumo”

A Associação de Consumidores da China divulgou o tema anual de defesa do consumidor para o ano 2022: “Promover juntos a justiça no consumo”, em torno do qual a Associação de Consumidores da China e as organizações de diferentes níveis do País irão desenvolver trabalhos em 5 aspectos, no sentido de defender os direitos e interesses legítimos dos consumidores e consolidar a base social da justiça no consumo.

O tema anual “Promover juntos a justiça no consumo” consiste em quatro sentidos:

1) Implementação rigorosa das disposições legais, concretizando uma justiça mais garantida no consumo

A justiça é o valor essencial para a concretização dos direitos e interesses do consumidor. No decurso dos últimos anos, persistem ainda muitos problemas de injustiça em várias áreas de consumo e têm surgido novos modelos de negócios e modelos de consumo, ficando a ser assim cada vez mais exigido pelos consumidores um tratamento justo. Assim sendo, as organizações de consumidores têm de cumprir plenamente as atribuições legalmente conferidas, juntando proactivamente todas as forças na sociedade e promovendo o aperfeiçoamento do respectivo regime jurídico, de modo a fomentar juntamente a justiça no consumo e tornar mais sólida a base da protecção legal dos direitos e interesses do consumidor.



2) Orientação proactiva de “tecnologia para o bem”, concretizando uma justiça mais aprofundada no consumo

Apesar de que o desenvolvimento económico, o progresso das técnicas e a melhoria acelerada dos modelos de negócios no consumo satisfazem as necessidades diversificadas dos consumidores, algumas plataformas e operadores comerciais desrespeitam a procura dos valores éticos de “tecnologia para o bem”, procedendo à recolha, selecção e utilização irregulares das informações, mentalidade, comportamentos e capacidades de consumo dos consumidores, o que danifica o ambiente de consumo com honestidade. Promover juntos a justiça no consumo é mesmo orientar os operadores comerciais a desenvolver os valores de “tecnologia para o bem”, reforçar a fiscalização e estimular o desenvolvimento regular dos modelos de

negócios e de consumo, e assegurando aos consumidores o gozo dos direitos iguais no consumo.

3) Intensificação da protecção das comunidades específicas, concretizando uma justiça mais abrangente no consumo

Promover juntos a justiça no consumo é garantir a justiça no consumo para todos os consumidores. Não apenas se fomenta uma garantia comum para o bem-estar social, mas sim se aumenta a força da protecção às comunidades de consumo específicas como menores, idosos, deficientes e pessoas com baixos rendimentos, permitindo-lhes que sejam iguais e com oportunidades iguais para participar nas actividades de consumo, no sentido de concretizar uma justiça mais abrangente no consumo.

4) Desenvolvimento do consumo verde e de baixo carbono, concretizando uma justiça no consumo sustentável

Promover juntos a justiça no consumo é sensibilizar os consumidores para a implementação da vida verde e de baixo carbono e dos modelos de consumo sustentáveis, deixando mais recursos da terra às próximas gerações e permitindo-lhes que gozem dos direitos de consumo de forma justa, de maneira a concretizar o desenvolvimento sustentável.

Em torno do tema “promover juntos a justiça no consumo”, a Associação de Consumidores da China e as organizações de consumidores de todo o País irão desencadear os seguintes trabalhos:

- Realizar, proactivamente, a promoção sobre o tema anual, juntar as forças de todas as partes, orientar o consumo poupado, moderado, verde e de baixo carbono e promover o consumo sustentável;
- Reforçar a análise jurídica das políticas e agendamento sobre as questões em destaque na área de defesa do consumidor, participando efectivamente na definição e revisão das legislações e normas na mesma matéria;
- Desenvolver acções de fiscalização de consumo nas áreas como veículos motorizados de novas energias, jogos online, formação extracurricular, consumo dos idosos, consumo dos menores, consumo dos deficientes, consumo nas zonas rurais, protecção dos dados pessoais, consumo em forma de pré-pagamento

e consumo dos serviços públicos, realizando acções de crítica às cláusulas contratuais injustas, de modo a aumentar a eficácia da fiscalização na área de consumo;

- Intensificar a cooperação na orientação educativa do consumidor, incentivar aos sectores essenciais a criação do tratado de autodisciplina para o tratamento justo dos consumidores, implementar os requisitos previstos nas “Linhas gerais da educação do consumo” e satisfazer constantemente as necessidades diversificados e personalizados dos consumidores sobre as informações na área de consumo;
- Fomentar a utilização integrada das informações referentes às reclamações de consumo, elevar a eficiência na resolução dos litígios de consumo, reforçar a orientação nos trabalhos de divulgação das informações respeitantes às reclamações de consumo, defender a linha de base de segurança e promover juntos a justiça no consumo.

A Associação de Consumidores da China espera que, através dos trabalhos supracitados, sejam unidas todas as forças na sociedade, promovido o consenso social e assim consolidada a base social para a justiça no consumo. Perante tantas questões de desequilíbrio e injustiça surgidas à medida do desenvolvimento da área de consumo nos últimos anos, as organizações de consumidores devem reforçar os estudos teóricos e a análise, promovendo o aperfeiçoamento do regime e consolidando a justiça e protecção legal no consumo. Face às questões de injustiça no consumo, devem salientar o sentido das questões, persistir na posição de defesa do consumidor e tornar maior a força de apoio para a justiça no consumo. Além disso, devem ajudar os consumidores de todas as classes a dominar um nível razoável dos conhecimentos de consumo, reforçar a educação e a sensibilização na área de consumo e aumentar a força de fiscalização para a justiça no consumo.

Nota: Algum conteúdo é extraído da página electrónica da Associação de Consumidores da China.

國際消聯公佈 2022世界消費者權益日年主題： 公平數字金融

國際消費者聯會(下稱“國際消聯”)公佈今年(2022)的世界消費者權益日年主題為“公平數字金融”，作為全球的消費者權益運動，提倡全球消費者都享有安全和公平的金融服務。


數字金融服務和金融科技近年為全球帶來顯著影響。研究顯示，2024年全球將有超過36億使用數字銀行服務的用戶。以往弱勢金融消費者沒有太多接觸使用金融服務的途徑，但科技衍生出來的產品及服務為弱勢金融消費者帶來許多新機會。在新型冠狀病毒疫情發生的這段時間，數碼科技在不同領域上顯著改變了金融支付、借貸、保險及財富管理的模式。

數字金融服務為消費者帶來各種更好的消費體驗，例如專為消費者而設的金融科技支付平台讓消費者在免支付隱藏成本或費用下更安全地轉賬。銀行應用程式如偵測到任何懷疑詐騙活動會主動提醒用戶，部份電子金融服務業者亦專為弱勢金融消費者提供開立銀行戶口服務，令消費者能獨立處理自己的財務及儲蓄。

然而，數字金融服務亦為消費者帶來一系列的挑戰。例如在售賣金融產品時，基於沒有職員解釋而令許多消費者未能理解各類條款，同時亦存在着隱藏或增加的費用、合約的不平等條款及詐騙等。其他的風險包括個人資料的保護、人工智能決定可能引起對消費者不公平的結果，以及在無現金社會下被忽視的一群弱勢金融消費者。

國際消聯將公平數字金融定義為不排斥任何消費者、安全、能保障個人資料及提供隱私的金融產品或服務，意指所有消費者，包括弱勢金融消費者都能有接觸使用金融服務的途徑去處理他們的財務，受保護避免墮入任何詐騙或網絡誘騙騙局，同時個人資料也受到保護。

數字金融服務近年在澳門發展突飛猛進，網上銀行服務及電子貨幣支付現時深受本地居民歡迎。去年十月，澳門金融管理局推出了“粵港澳大灣區跨境理財通”(簡稱“跨境理財通”)，讓粵港澳大灣區的內地和港澳合資格居民可通過各自的銀行體系投資對方銀行銷售的理財產品。金管局去年十二月亦推出了全新系統“過數易”，旨在令本地居民享有更方便的小額跨行轉賬服務，令本地跨行轉賬服務差不多能於即時完成。

國際消聯是一獨立的非政府組織，其會員來自全球一百多個國家或地區共兩百多個消費者保護組織，本會於1997年成為國際消聯正式會員。 

Consumer International divulga o tema anual para o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor 2022: FINANÇAS DIGITAIS JUSTAS

Tendo a *Consumer International* anunciado “*Fair Digital Finance*” (Finanças Digitais Justas, tradução nossa) como o tema anual para o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor 2022, este movimento mundial em prol dos direitos e interesses do consumidor tem o objectivo de promover o direito aos serviços financeiros seguros e justos que todos os consumidores do mundo têm.

Nos últimos anos, os serviços financeiros digitais e as tecnologias financeiras (*fintech*) têm produzido influências evidentes ao mundo. Segundo a investigação, para 2024, é previsto um registo global de mais de 3,6 mil milhões de utilizadores dos serviços bancários digitais. No passado, os consumidores financeiramente vulneráveis não tinham muitos contactos com os meios de serviços financeiros, mas agora os bens e serviços desenvolvidos das tecnologias oferecem muitas novas oportunidades. Neste período pandémico do novo tipo de coronavírus, as tecnologias digitais têm dado uma mudança significativa aos modelos de pagamento financeiro, empréstimo, seguros e gestão de fortunas.

Os serviços financeiros digitais trazem aos consumidores diversas experiências de consumo ao melhor nível, como por exemplo, as plataformas de pagamento mediante *fintech* exclusivas para os consumidores permitem-lhes efectuar uma transferência mais segura sem pagar custos ou taxas ocultos; em caso da detecção de quaisquer actividades suspeitamente fraudulentas, as aplicações bancárias emitem alertas activas aos seus utilizadores; alguns operadores dos serviços financeiros digitais disponibilizam serviços de abertura de contas bancárias exclusivamente para os consumidores financeiramente vulneráveis, permitindo-lhes gerir independentemente as suas finanças e fortunas.

Em contrapartida, os serviços financeiros digitais podem também trazer aos consumidores um conjunto de riscos, como por exemplo, a falta de esclarecimentos pessoais na venda de produtos financeiros pode resultar no mau entendimento de muitos consumidores sobre as cláusulas, existindo ainda

problemas eventuais de ocultação ou acrescentamento das taxas ou cláusulas contratuais desequilibradas e de fraudes. Os outros riscos incluem o vazamento dos dados pessoais, os resultados injustos eventualmente provocados aos consumidores por decisão de inteligência artificial e a ignorância dos consumidores financeiramente vulneráveis numa sociedade sem numerário.

Conforme a definição dada pela *Consumer International*, entendem-se por finanças digitais justas os bens ou serviços financeiros inclusivos, seguros, protectores dos dados pessoais e privativos, o que implica que todos os consumidores, inclusive os financeiramente vulneráveis, podem recorrer aos meios dos serviços financeiros para gerir as suas finanças, bem como ser afastados de quaisquer fraudes ou burlas informáticas e protegidos ao nível de dados pessoais.

Nos anos recentes, tem sido registado em Macau um enorme avanço nos serviços financeiros digitais, sendo sobretudo populares os serviços bancários *online* e os meios de pagamento em moedas electrónicas entre os residentes locais. Em Outubro do ano passado, a Autoridade Monetária de Macau (AMCM) lançou o “Projecto de Gestão Financeira Transfronteiriça da Grande Baía Guangdong-Hong Kong-Macau”, que permite aos residentes qualificados da Grande Baía, independentemente da residência no Interior da China, em Hong Kong ou Macau, investirem nos produtos de gestão financeira à venda nos bancos alheios, através do respectivo sistema bancário. Em Dezembro do ano anterior, a AMCM também disponibilizou um novo sistema “*Easy Transfer*”, que visa facilitar aos residentes locais a transferência de fundos de pequenos valores entre os bancos locais, com efeitos quase imediatos.

A *Consumer International* é uma organização não governamental independente, com mais de 200 organizações-membros destinadas à defesa do consumidor, provenientes de mais de 100 países e regiões no mundo, tendo o CC aderido oficialmente em 1997.

橫琴粵澳深度合作區 購買商業辦公樓盤項目重大風險提示

Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin
Dicas sobre os riscos sérios na aquisição dos edifícios de escritórios comerciais

隨着粵澳深度合作區建設穩步推進，產業互補融合更加快速，人才交流合作更加頻繁，到內地購房的消費者也越來越多。為促進深合區內房地產市場平穩健康發展，切實維護購房者的合法權益，橫琴粵澳深度合作區商辦樓盤項目治理工作領導小組辦公室日前發佈重大風險提示：

1. 凡是房地產開發企業、銷售中介對外宣傳以及發佈廣告的內容與商品房買賣合同內容或者商品房實際情況不符的就是重大風險！
2. 凡是房地產開發企業、銷售中介、物業管理公司宣傳、承諾或者允許購買毛坯商業辦公項目^[1]後，可以通過裝修改造成上下兩層的就是重大風險！
3. 凡是房地產開發企業、銷售中介宣傳或者承諾購買商業辦公項目後，可以參考樣板房^[2]改造成類住宅^[3]物業的就是重大風險！
4. 凡是房地產開發企業、銷售中介宣傳或者承諾商業、辦公、文化創意、高新技術、科技研發等商業辦公項目可以改為類住宅^[3]用於居住的就是重大風險！
5. 凡是購房者不仔細閱讀商辦項目的購房合同條款，不去瞭解所購房產的商辦項目性質，僅聽從房地產開發企業、銷售中介對項目的宣傳和對合同的解釋即簽約的就是重大風險！

Ao longo do avanço firme da construção da Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau, tem vindo a ser acelerada a integração das indústrias e frequente a cooperação entre talentos, contando com cada vez mais consumidores a adquirirem imóveis no Interior da China. No sentido de fomentar um desenvolvimento estável e saudável do mercado dos imóveis do Interior da China sitos na Zona de Cooperação Aprofundada, bem como assegurar concretamente os direitos e interesses legítimos dos adquirentes, o Gabinete do Grupo Dirigente da Administração dos Edifícios de Escritórios Comerciais da Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin divulgou algumas dicas sobre os sérios riscos nesta matéria. Entendem-se sempre como sérios riscos, nomeadamente, as situações seguintes:

1. A desconformidade do conteúdo no contrato de compra e venda ou da situação real do imóvel com o conteúdo divulgado externamente ou o dos anúncios pelo promotor do empreendimento imobiliário ou pelos mediadores;
2. Ser passível de repartir um imóvel esboçado para escritório comercial^[1] em pisos superior e inferior através de obras de remodelação após a aquisição, conforme a divulgação ou promessas feitas pelo promotor do empreendimento imobiliário, pelos mediadores ou pelas empresas de gestão imobiliária;
3. Ser passível de referenciar as casas-modelo^[2] para transformar um imóvel de escritório comercial numa residência por homologia^[3] após a aquisição, conforme a divulgação ou promessas feitas pelo promotor do empreendimento imobiliário ou pelos mediadores;
4. Ser passível de transformar numa residência por homologia^[3] para fins residenciais um imóvel para escritório comercial, que se destina às actividades comerciais, culturais e criativas, de alta tecnologia inovadora ou de investigação científica, conforme a divulgação ou promessas feitas pelo promotor do empreendimento imobiliário ou pelos mediadores;
5. A celebração do contrato pelo adquirente do imóvel logo após ouvido apenas a divulgação e a interpretação do conteúdo contratual sobre os imóveis para escritórios comerciais, feitas por parte do promotor do empreendimento imobiliário ou dos mediadores, faltando uma leitura rigorosa das cláusulas contratuais para a aquisição do imóvel para escritório comercial e um conhecimento sobre as naturezas autorizadas do imóvel que pretende adquirir;

6. 凡是房地產開發企業強制要求購房者簽訂裝修合同的就是重大風險！
7. 凡是房地產開發企業宣傳或者承諾商業辦公項目可以燃氣入戶的就是重大風險！
8. 凡是房地產開發企業、銷售中介宣傳商業辦公項目可以辦理入戶、入學等信息的就是重大風險！
9. 凡是房地產開發企業採取售後包租或變相售後包租方式售賣未竣工商品房的就重大風險！
10. 凡是房地產開發企業售賣未確權車位和人防車位^[4]的就是重大風險！
11. 凡是房地產開發企業以提供購房優惠為名誘惑簽訂線下合同且不及時網簽備案的就重大風險！
12. 凡是房地產開發企業、銷售中介以團購費、電商優惠、定金抵房款等名義收取費用的就重大風險！
13. 凡是房地產開發企業提供的監管銀行和監管帳戶與預售公示不一致的就是重大風險！
14. 凡是房地產開發企業要求購房款轉入非監管帳戶的就是重大風險！
15. 凡是房地產開發企業未取得預售許可證便收取購房款的就是重大風險！

注釋：

- [1] 毛坯商業辦公項目：是指非精裝修的毛坯房，性質是商業或者寫字樓性質。
- [2] 樣板房：是指購房前去售樓中心看到的那個實景圖。不建議將樣板房認為就是交樓標準，因為購房合同內也是這麼提示的。但如果明確聲稱樣板房是交房標準的話，建議將此承諾寫入購房合同內。
- [3] 類住宅：是指和住宅性質類似的房產。不同性質的房產是不可能改變功能和性質的，如果是商業辦公，不可以改為類住宅。
- [4] 人防車位：是指人民防空車位。此類型車位是用於防空等特殊用途而預留，但產權是開發商的，不可以銷售給業主。

6. A celebração, por força coactiva, pelo adquirente do imóvel, de um contrato de obras de decoração, a pedido do promotor do empreendimento imobiliário;
7. Ser passível de introduzir canais de combustíveis num imóvel para escritório comercial, conforme a divulgação ou promessas feitas pelo promotor do empreendimento imobiliário ou pelos mediadores;
8. Ser passível de efectuar registo de *hukou* ou registo de matrícula escolar com base num imóvel para escritório comercial, conforme a divulgação feita pelo promotor do empreendimento imobiliário ou pelos mediadores;
9. A venda dos bens imóveis inacabados por parte do promotor do empreendimento imobiliário, adoptando as medidas de relocação ou equivalentes após a venda;
10. A venda de lugares de estacionamento com direito de propriedade indeterminado e lugares de estacionamento para defesa civil^[4], por parte do promotor do empreendimento imobiliário;
11. Celebrar um contrato *offline* sem sequência de mais um outro *online* oportunamente para efeitos de registo, sob a sedução a título de benefícios na aquisição dos imóveis alegados por parte do promotor do empreendimento imobiliário;
12. A cobrança das taxas a título de aquisição em grupo, benefícios por via de comércio electrónico, compensação de sinal com o preço do imóvel, por parte do promotor do empreendimento imobiliário ou dos mediadores;
13. A desconformidade das informações sobre o banco designado para garantia e a conta de depósito em garantia, prestadas pelo promotor do empreendimento imobiliário, com as informações anunciadas na pré-venda;
14. A transferência do preço do imóvel para uma conta bancária que não seja a conta de depósito em garantia, a pedido do promotor do empreendimento imobiliário; e
15. A cobrança do preço do imóvel por parte do promotor do empreendimento imobiliário, sem obter a autorização de pré-venda.

Notas:

- [1] Imóvel esboçado para escritório comercial: Trata-se de imóvel sem uma decoração delicada, de natureza comercial ou para fins de escritório.
- [2] Casa-modelo: Trata-se da cena real que se visualiza no centro de venda de imóveis antes da aquisição, não sendo recomendada a adopção desta como o padrão para a entrega do imóvel, tal como o que está alertado no contrato de aquisição do imóvel. Porém, se for declarada expressamente a adopção da casa-modelo como o padrão para a entrega do imóvel, é recomendado constar esta promessa no contrato de aquisição do imóvel.
- [3] Residência por homologia: Trata-se do imóvel de natureza homologamente residencial. Sendo inalteráveis a natureza e as funções de imóvel, um imóvel para escritório comercial não pode ser transformado numa residência por homologia.
- [4] Lugar de estacionamento para defesa civil: Trata-se do lugar de estacionamento antiaéreo de natureza civil. Este tipo dos lugares de estacionamento é reservado para fins especiais como antiaéreos, mas o seu direito de propriedade pertence ao promotor do empreendimento e não pode ser vendido ao proprietário do imóvel.

《消費者權益保護法》— 預繳式合同篇

市面上各類預繳式消費模式日漸普及，由美容美髮、健身運動，到超市與飲食禮券等，都會以多折扣、限時優惠等方式作招徠，提供各類型的選擇，如月繳、年繳甚至永久會員，涉及金額動輒上千甚至過萬，吸引消費者預繳大筆款項。但若不幸遇上消費爭議，可以如何做呢？已生效的第9/2021號法律《消費者權益保護法》就對預繳式合同作出規範，保障消費者權益。

何謂預繳式合同

預繳式合同是指消費者預先向經營者支付一筆非定金性質的款項，以便分期或分次取得商品或服務的合同。例如一些預繳式美容項目、健身中心年度會籍等，都屬此類。

訂立合同前提供資訊

訂立預繳式合同前，經營者須適時以清楚、準確及易明的方式向消費者提供下列資訊，包括經營者的認別資料；經營者的納稅人編號；經營者的聯繫方法；商品或服務的價格及計量單位；消費者預繳總額；價金的支付及交付商品或提供服務的方式，以及合同履行計劃；消費者取得《消保法》第五十六條所規定的履行預繳式合同的憑證的權利；商品或服務的特徵，尤其是商品的成份、規格及型號，但涉及生產秘密除外；經營者處理消費者投訴的方法；享有的自由解除合同的權利，以及有關期間及行使權利的方式；如不具有自由解除合同的權利，須說明消費者不享有該權利，又或如屬喪失自由解除合同的權利的情況，則須說明導致消費者喪失該權利的情況；向消費者說明行使自由解除合同的權利時可能須承擔因退還商品或退回付款而引致的費用；合同的生效期；如屬期限不確定或自動續期的合同，其單方終止或不續期的條件，以及相關的後果；如屬設有最短合同期限的合同，其提前終止的條件。經營者亦須適時以清楚、準確及易明的方式向消費者提供倘有的資訊，如向預繳的消費者提供的優惠或折扣及其持續時間及交付商品或提供服務的限期等。

形式要件

預繳式合同必須以書面形式訂立，訂立合同時，經營者須發出履行預繳式合同的憑證，以便消費者日後分期或分次請求交付或提供合同所定商品或服務。須強調的是，履行預繳式合同的憑證並不是指支付後的收據，而是指消費者按次向經營者要求提供商品或服務時所需要的憑證，如洗車券、美容記錄卡等。

7日“冷靜期”保障消費者

同遠程訂立的合同和商業場所以外訂立的合同一樣，預繳式合同規定消費者亦享有7日“冷靜期”，無須說明理由。對於預繳式合同，自由解除合同的權利的行使期間自訂立合同日起計算，如當日經營者並未向消費者交付履行預繳式合同的憑證，則自交付憑證之日起計算。以市面常見的健身中心購買會籍為例，健身中心提供服務要在訂立合同或提供履行預繳式合同的憑證時，才會開始計算7日自由解除合同的權利。如經營者無告知消費者享有自由解除合同的權利，自由解除合同的期間增加30日。

因自由解除合同而衍生的義務

法律亦規定經營者和消費者因自由解除合同而衍生的義務。經營者要在獲悉消費者行使解除權之日，或收回商品之日起7日內退還款項並通知消費者退款的日期、地點及方式。而退款方式則沒有限制，可以是現金、轉帳、退回支付工具餘額或退信用卡餘額等。而消費者收到退款後立即退還履行預繳式合同的憑證，並在7日內退還商品（包括所有配件及贈品）及其包裝物，倘引致貶損，須按有關規定處理。另外，若經營者於自由解除合同的期間提供服務，有權就已提供服務而所作的開支，依據合同總額按比例獲得應有的服務金額。舉例來說，如果消費者在7日自由解除合同的權利內已使用了健身中心的服務，即使其可解除合同，但都要扣減已使用的服務費，而健身中心要在7日內退回其餘的預繳款項予消費者。本會相信在法律的規範下，可更好保障買賣雙方的權益。 KL

《Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor》 - Contratos em forma de pré-pagamento



No mercado, o modelo de consumo em forma de pré-pagamento tem vindo a ficar mais popular, desde os serviços de beleza corporal e de cabelo, os planos de adesão em ginásios, até aos cupões de supermercados e de restauração, alegando promoções a título de descontos ou benefícios temporários. Ainda assim, estão disponíveis várias opções de pré-pagamento, como pagamento mensal, pagamento anual ou pagamento único para a adesão perpétua, no sentido de atrair os consumidores a pagarem antecipadamente uma enorme quantia como dezenas de milhares de patacas. Porém, caso infelizmente se encontrem conflitos de consumo, qual será a solução? Quanto a este problema, a vigente Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor) vem regular os contratos em forma de pré-pagamento, de modo a assegurar os direitos e interesses do consumidor.

O que se entende por contrato em forma de pré-pagamento?

Entende-se por contrato em forma de pré-pagamento, contrato pelo qual o consumidor entrega a quantia devida ao operador comercial, a título de pagamento antecipado e não a título de sinal, a fim de obter a entrega de bens ou a prestação de serviços por diversas prestações ou por diversas vezes, por exemplo, os serviços de beleza ou os planos de adesão em ginásios.

Informação pré-contratual

Antes de celebrar o contrato em forma de pré-pagamento, o operador comercial presta ao consumidor, em tempo útil e de forma clara, precisa e compreensível, as seguintes informações: os elementos de identificação do operador comercial; o número de contribuinte do operador comercial; os meios de contacto do operador comercial; o preço e a unidade de medida do bem ou do serviço; o montante total a pagar previamente pelo consumidor; as modalidades de pagamento do preço e de entrega do bem ou de prestação do serviço e o plano de execução do contrato; O direito de o consumidor obter o título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento previsto no artigo 56.º; as características do bem ou do serviço, nomeadamente a composição,

especificações e modelo do bem, salvo se envolver segredo de fabrico; a forma de tratamento de queixas dos consumidores pelo operador comercial; a existência do direito de livre resolução do contrato, o respectivo prazo e o modo de exercício do direito; quando não haja direito de livre resolução do contrato, a indicação de que o consumidor não beneficia desse direito ou, se for caso disso, das circunstâncias em que o consumidor perde esse direito; a indicação de que o consumidor suporta os custos da devolução dos bens ou do reembolso dos pagamentos em caso de exercício do direito de livre resolução do contrato, quando seja o caso; o período de vigência do contrato; se o contrato for de duração indeterminada ou de renovação automática, as condições para a sua denúncia ou não renovação, bem como as respectivas consequências; se o contrato estabelecer um período contratual mínimo, as condições para a cessação antecipada do mesmo. Para além das informações referidas, o operador comercial presta ainda ao consumidor, em tempo útil e de forma clara, precisa e compreensível, as informações como os benefícios ou os descontos e respectiva duração oferecidos ao consumidor em caso de pré-pagamento, ou a data-limite para a entrega do bem ou para a prestação de serviço.

Requisitos de forma

O contrato em forma de pré-pagamento é reduzido a escrito. Aquando da celebração do contrato, o operador comercial emite um título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento, o qual permite ao consumidor a posterior solicitação da entrega dos bens ou da prestação dos serviços contratados, em prestações ou por diversas vezes. Importa-se destacar que, o título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento não se trata de recibo emitido após o pagamento, mas sim o título comprovativo com que o consumidor exige ao operador comercial a entrega dos bens ou a prestação dos serviços por diversas vezes, como por exemplo, o vale para a lavagem de veículos ou o cartão para registos de utilização dos serviços de beleza.

Sete dias de “período de reflexão” para proteger os consumidores

Semelhante aos contratos celebrados à distância e contratos

celebrados fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem direito a um “período de reflexão” no prazo de sete dias em caso de contratos em forma de pré-pagamento, podendo resolvê-los sem justificação. Nos contratos em forma de pré-pagamento, a contagem do prazo para o exercício do direito de livre resolução do contrato inicia-se no dia da celebração do contrato ou, caso não seja entregue nesse dia o título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento, no dia em que o título seja entregue ao consumidor. Tomando como um exemplo frequente no mercado a aquisição dos planos de adesão em ginásios, a contagem do prazo para o exercício do direito de livre resolução do contrato inicia-se no dia da celebração do contrato com o ginásio, ou no dia em que o título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento seja entregue pelo ginásio. Se o operador comercial não informar ao consumidor o direito de livre resolução do contrato, ao prazo para o exercício do direito de livre resolução do contrato acrescem 30 dias.

Obrigações em consequência da livre resolução do contrato

A Lei também prevê obrigações do operador comercial e do consumidor em consequência da livre resolução do contrato. O operador comercial tem de reembolsar o consumidor das quantias recebidas no prazo de sete dias, a contar do dia em que tiver tomado conhecimento do exercício do direito de resolução

do contrato ou em que tiver recebido o bem devolvido pelo consumidor, e de informar o mesmo sobre a data, local e forma do reembolso. Relativamente à forma de reembolso, não se prevê uma limitação, podendo ser reembolsado através de numerário, transferência, meios de pagamento ou cartões de crédito. Por lado do consumidor, o consumidor tem de devolver ao operador comercial o título comprovativo de execução do contrato em forma de pré-pagamento, bem como o bem em causa (incluindo os seus acessórios e os bens gratuitos que se acompanham) e a sua embalagem no prazo de sete dias, imediatamente após ter recebido daquele o montante que já lhe havia pago. Em caso de depreciação do bem, a mesma será tratada conforme as respectivas disposições. Além disso, se o operador comercial tiver prestado serviços durante o prazo para a livre resolução do contrato, terá direito às quantias correspondentes às despesas dos serviços já prestados, calculadas conforme a sua apresentação proporcional no preço total indicado no contrato. Por exemplo, se o consumidor já tiver desfrutado os serviços de um ginásio durante o prazo para o exercício do direito de livre resolução do contrato, mesmo que houver lugar a resolução, apenas terá direito ao reembolso das quantias com desconto das taxas de serviços já efectuadas, sendo assim, o ginásio tem de reembolsar as quantias pré-pagas restantes ao consumidor no prazo de sete dias. O CC acredita que, com a regulamentação da presente lei, os direitos e interesses do comprador e vendedor podem ser melhor protegidos.

消費者委員會2022年2月份個案分類

Tipo de atendimento recebido pelo Conselho de Consumidores em Fevereiro de 2022

Nº 接獲個案總數 **374宗** **!** 投訴 **262宗** **?** 諮詢 **112宗**
Total de atendimentos Queixas Informações

首5項被投訴的項目 (由多至少排列) Os cinco temas mais reclamados (por ordem decrescente)

類別	Categoria	數量 Quantidade	百分比 Porcentagem
房地產	Imóveis	46	17.6%
飲食服務	Serviços de restauração	28	10.7%
食品及飲品類	Comida e bebida	23	8.8%
衣履皮革	Vestuário e produtos de couro	19	7.3%
電訊服務	Serviços de telecomunicações	19	7.3%
電器產品	Produtos electrodomésticos	17	6.5%
個人護理產品及服務	Serviços e produtos de higiene pessoal	17	6.5%



價格標示資訊應準確 Precisão na apresentação de preços

羅太在2022年1月份在某服裝店購買衣服，價格標籤顯示售價為190澳門元。她往收銀處結算付款，但店員結算時卻說價格標籤未有及時更新，故收取了羅太200澳門元。

由於羅太早前留意到消費者委員會的普法宣傳活動，特意到消委會網站的《消費者權益保護法》專頁，查閱有關第9/2021號法律《消費者權益保護法》的詳細介紹。她知道法律第十四條第五款規定：“如消費者繳費時被要求支付的價格與商品或服務所標示的價格不相符，消費者有權要求按所標示的價格支付價金，但其要求按一般規定構成權利濫用者除外。”

羅太認為事件使其消費權益受損，便馬上透過消委會的網上服務平台“消保易”辦理投訴手續，並在網上提供了相關單據的圖片資料。

其後，消委會分別聯絡了羅太及服裝店老闆調停，亦告知服裝店老闆有關《消保法》的相關規定。服裝店老闆瞭解後，知道應以當時價格標籤的價錢交易，故向羅太退還10澳門元。同時重新檢視店內的所有價格標籤，確保價格標籤的資訊齊全及準確。

本會提醒經營者，標示的價格資訊應準確。本會在網站設立了《消費者權益保護法》專頁，歡迎消費者及經營者隨時查閱《消保法》的相關資訊，包括法律詳細內容、圖文包、參考範本等。

另外，倘消費者遇有消費爭議，本會設有“消保易”網上服務平台，方便消費者隨時隨地利用手機等設備在網上辦理投訴。消費者只須填寫簡單資料，包括個人聯絡資料、經營者的聯絡資料、簡述具體情況及提供單據等圖片便可完成手續，本會會儘快跟進。 **P**

Em Janeiro de 2022, a Sr.ª Lo pretendeu comprar num pronto-vestir uma roupa, com preço apresentado de 190 patacas, e dirigiu-se à caixa para o pagamento. No entanto, durante a transacção, o empregado declarou que a etiqueta de preço não era actualizada e assim cobrou-lhe 200 patacas.

Dado que a Sr.ª Lo tinha tomado nota da divulgação jurídica realizada pelo CC, acedeu ao site do CC para consultar a apresentação detalhada da Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor na respectiva página especializada, tendo conhecimento do disposto no n.º 5 do artigo 14.º do dito diploma, “*não se verificando uma coincidência entre o preço que é solicitado ao consumidor no momento do pagamento e o preço do bem ou serviço apresentado, o consumidor tem direito a exigir que o pagamento seja feito pelo preço apresentado, salvo se essa exigência constituir abuso de direito nos termos gerais*”.

Neste negócio, a Sr.ª Lo achou prejudicado o seu direito de consumo, portanto, apresentou uma reclamação através da plataforma *online* de serviços do CC “Consumidor Online”, fornecendo a imagem do recibo.

Por consequência, o CC comunicou respectivamente com a Sr.ª Lo e o dono do pronto-a-vestir para realizar uma mediação, informando este último do respectivo disposto na Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor. Depois de conhecer a norma, o mesmo ficou a saber que a transacção deveria ser efectuada conforme o preço então apresentado na etiqueta, pelo que devolveu 10 patacas a Sr.ª Lo. Além disso, efectuou uma revisão a todas as etiquetas de preço encontradas na loja, no sentido de assegurar a integralidade e a precisão das informações nelas apresentadas.

Em caso de conflitos de consumo, os consumidores podem recorrer à plataforma *online* dos serviços “Consumidor Online”, que facilita a apresentação de reclamação em qualquer lugar e a todo o tempo, através de dispositivos como telemóveis. A apresentação de reclamação pode ser feita com preenchimento de somente informações básicas, incluindo os contactos pessoais, os contactos do operador comercial, a breve descrição da situação concreta e a imagem do recibo, prometendo o CC prodecer ao acompanhamento com maior brevidade possível.

2022年2月份成為加盟商號之名單

Lista de novas Lojas Aderentes em Fevereiro de 2022

洗衣 Lavandaria

威士汀專業洗衣店

澳門氹仔佛山街162號
金利達花園第2座地下E舖

LAVANDARIA WESTEN

Rua de Fat San no. 162
Edf. Kinglight Garden Bloco 2, r/c loja E, Taipa Macau

威士汀專業洗衣店

澳門巴黎街173號
星海豪庭紫星閣4座地下AM室

LAVANDARIA WESTEN

Rua de Paris no. 173
Edf. Magnificent Court, Bloco 4 Violet Court, r/c 'AM', Macau

威士汀專業洗衣店

澳門氹仔海洋花園大馬路800號
桃苑A-2舖

LAVANDARIA WESTEN

Avenida dos Jardins do Oceano no. 800,
Jardins do Oceano Peach Court, loja A-2, Taipa Macau

威士汀專業洗衣店

澳門氹仔杭州街84號
海怡花園第三座地下Q

LAVANDARIA WESTEN

Rua de Hong Chau no. 84
Edf. Hoi Yee Fa Yuen Bloco 3, r/c, "Q", Taipa Macau

威士汀專業洗衣店

澳門林茂海邊大馬路511號地下

LAVANDARIA WESTEN

Avenida Marginal do Lam Mau no. 511, r/c, Macau

威士汀專業洗衣店

澳門黑沙環中街592號
寰宇天下地下D舖

LAVANDARIA WESTEN

Rua Central da Areia Preta no. 592
Edf. La Cité, r/c, loja D, Macau

威士汀專業洗衣店

澳門氹仔大連街320號
太子花城麗彩閣地下Y舖

LAVANDARIA WESTEN

Rua de Tai Lin no. 320
Edf. Prince Flower City (Lai Choi Kok), r/c, loja Y, Taipa Macau

便利店 Loja de conveniência

Macs便利店

澳門孫逸仙大馬路
澳門漁人碼頭頤庭海景酒店地下05舖

MACS

Avenida Dr. Sun Yat-Sen
Macau Fisherman's Wharf, Harbourview Hotel, r/c, loja 05, Macau

眼鏡 Óptica

世紀眼鏡

澳門新馬路219號地下

NEW ERA - ARTIGOS OPTICOS

Avenida de Almeida Ribeiro no. 219, r/c, Macau

世紀眼鏡

澳門亞利鴉架街3M號
添翠苑地下A舖

NEW ERA - ARTIGOS OPTICOS

Rua de Manuel de Arriaga no. 3M
Edf. Tim Chui, r/c, loja A, Macau

金飾 Ourivesaria

金鑽坊

澳門蘇亞利斯博士大馬路90號
新八佰伴1樓1-18b舖

GOLD TOUCH

Avenida Doutor Mário Soares no.90
New Yaohan, 1 andar, loja 1-18b, Macau

餐廳及食肆 Restauração

黃枝記

澳門議事亭前地17-19號

ESTABELECIMENTO DE COMIDAS WONG CHI KEI

Largo do Senado no. 17-19, Macau

黃枝記

澳門十月初五日街51號
穗賢樓地下及閣樓A座

ESTABELECIMENTO DE COMIDAS WONG CHI KEI

Rua de Cinco de Outubro no. 51
Edf. Soi In Lau, r/c e cave 'A', Macau

祥記麵家

澳門福隆新街68號地下

ESTABELECIMENTO DE COMIDAS CHEONG KEI

Rua da Felicidade no. 68 r/c, Macau



“齊來認識消保法” 消費維權有妙法

四格漫畫比賽

Concurso de banda desenhada “Vamos conhecer a Lei de Protecção dos
Direitos e interesses do consumidor para proteger os direitos de consumo”

2022

比賽目的

增加青少年對《消費者權益保護法》的瞭解。

比賽主題

以第9/2021號法律《消費者權益保護法》內關於消費者的權利(例如：取得資訊、取得收據及7日冷靜期等)為主題，創作四格漫畫故事。

參賽資格

就讀於本澳正規教育各中學學生。

組別

- 初中組別 (初一至初三)
- 高中組別 (高一至高三)

參賽者可以小組或個人形式參加；小組不得超過三名成員
(跨級參加以組內最高年級的成員作為決定組別標準)

*組別年級以2021/2022學年為準

活動日期

2022年3月15日(星期二)至2022年6月17日(星期五)下午五時半前
截止報名及遞交作品。

獎項及獎品

初中組及高中組分別選出冠、亞、季軍及優異獎。

- 冠軍一名：3,000澳門元現金券及獎座。
- 亞軍一名：2,000澳門元現金券及獎座。
- 季軍一名：1,500澳門元現金券及獎座。
- 優異獎五名：500澳門元現金券及獎座。



Objectivo:

Aprofundar o conhecimento dos adolescentes sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor

Tema:

Criação de uma banda desenhada de quatro quadrinhos, em tema ligado aos direitos do consumidor consagrados pela Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor), como os à informação, à obtenção de recibo e à livre resolução do contrato no prazo de 7 dias e outros.

Condições de candidatura:

Estudantes que frequentam ensino secundário regular em Macau

Categorias:

- Categoria de ensino secundário geral (7.º ao 9.º ano);
- Categoria de ensino secundário complementar (10.º ao 12.º ano).

A candidatura pode ser individual ou em grupo, podendo o grupo ser composto por um máximo de três membros. (Em caso de candidatos provenientes de vários anos de escolaridade, a categoria será determinada conforme o maior ano de escolaridade)

*Os anos de escolaridade são definidos com base no ano lectivo 2021/2022.

Data da actividade:

As candidaturas podem ser apresentadas de 15 de Março de 2022 (terça-feira) até ao dia 17 de Junho de 2022 (sexta-feira), às 17:30.

Troféus e prémios:

- Serão seleccionados os 1.º, 2.º e 3.º lugares e os premiados dos prémios de distinção respectivamente para os grupos de ensino secundário geral e complementar;
- 1.º lugar (1 premiado): voucher pecuniário de três mil patacas e troféu;
- 2.º lugar (1 premiado): voucher pecuniário de duas mil patacas e troféu;
- 3.º lugar (1 premiado): voucher pecuniário de uma mil e quinhentas patacas e troféu;
- Prémios de distinção (5 premiados): voucher pecuniário de quinhentas patacas e troféu.

