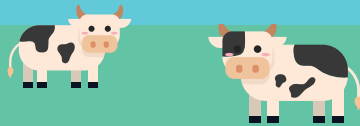


液態奶致病菌 檢測報告

Relatório do teste sobre agentes
patogénicos em leites líquidos



響應“世界消費者權益日” 多項精彩活動宣傳普法

Realizadas actividades divertidas de sensibilização
jurídica por ocasião do
Dia Mundial dos Direitos do Consumidor

四格漫畫比賽助中學生識法

Concurso de banda desenhada ajuda os estudantes do ensino secundário a conhecer a lei

本會應邀到橫琴出席 橫琴誠信店品牌評審活動

CC foi convidado a participar na actividade de avaliação da marca de Loja Certificada de Hengqin

本會2022年第一季活動總結

Resumo das actividades realizadas pelo CC no primeiro trimestre de 2022

商匯館 — 龍昌行

Macao Ideas - Long Cheong Hong

消費提示 — 交易前講清楚 交易後心安妥

Dica de consumo - Boa comunicação antes da transacção traz confiança depois



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 液態奶致病菌檢測報告

本會動態

- 8 響應“世界消費者權益日”多項精彩活動宣傳普法
- 10 四格漫畫比賽助中學生識法
- 12 本會應邀到橫琴出席橫琴誠信店品牌評審活動
- 16 本會2022年第一季活動總結

誠信店專區

- 19 商匯館 — 龍昌行

消費提示

- 21 交易前講清楚 交易後心安妥
- 22 3月份投訴個案分類
- 23 3月份新加盟商號名單

3 Editorial**Relatório**

- 7 Relatório do teste sobre agentes patogénicos em leites líquidos

Conhecer o Conselho de Consumidores

- 9 Realizadas actividades divertidas de sensibilização jurídica por ocasião do Dia Mundial dos Direitos do Consumidor
- 11 Concurso de banda desenhada ajuda os estudantes do ensino secundário a conhecer a lei
- 14 CC foi convidado a participar na actividade de avaliação da marca de Loja Certificada de Hengqin
- 16 Resumo das actividades realizadas pelo CC no primeiro trimestre de 2022

Conhecer as Lojas Certificadas

- 20 *Macao Ideas* -- Long Cheong Hong


Dicas para consumidores

- 21 Boa comunicação antes da transacção traz confiança depois
- 22 Análise dos casos recebidos em Março
- 23 Lista de novas Lojas Aderentes em Março

 **編者話 Editorial**

即將進入暑假消費旺季，商家希望“旺丁又旺財”，消費者亦想買得“安心又放心”。但萬一遇上消費糾紛，協商不果，本會設立的“澳門消費爭議調解及仲裁中心”（下稱“中心”）可提供調解及仲裁渠道，促進解決在澳門特別行政區內訂立的消費合同所產生的爭議。

“中心”受理的消費爭議金額不設上限。調解或仲裁涉及的金額如不超過現時第一審法院上訴利益值，即10萬澳門元或以下金額時，“中心”免收費用。雙方可協議選擇以其中任一方式，又或同時選擇調解及仲裁解決爭議，如選擇後者就會以“先調解、後仲裁”程序處理相關爭議，仲裁裁決效力等同法院判決。

疫情下突顯跨域服務重要性，有見及此，“中心”接受以視像會議形式，按澳門特區的法律，為旅客發生在澳門的消費爭議提供跨域調解或仲裁服務，有關服務簡單快捷、靈活與到位。本會設立的調解或仲裁服務經過不斷完善和優化，已取得一定成效。未來本會和大灣區消費者組織持續深化合作，發揮互補優勢，營造安心消費環境。 

Estando quase a chegar a alta época de consumo das férias do Verão, os operadores comerciais esperam “atrair um grande fluxo de pessoas e capital”, enquanto os consumidores querem fazer consumo “de forma segura e confiável”. Contudo, em caso de conflitos de consumo que não podem ser resolvidos por negociação, o Centro de Mediação e de Arbitragem de Conflitos de Consumo de Macau (adiante designado por “Centro”) estabelecido pelo CC proporciona serviços de mediação e arbitragem, de modo a fomentar a resolução de conflitos resultantes dos contratos de consumo celebrados na RAEM.

Por não haver um limite máximo para o valor de litígio de consumo admitido pelo “Centro”, desde que o valor não exceda a alçada dos tribunais de primeira instância, ou seja 100 mil patacas, a prestação dos serviços de mediação ou de arbitragem pelo “Centro” é gratuita. As partes em litígio podem optar, por acordo, pela realização de mediação ou arbitragem, ou pela realização consecutiva de ambas, para a resolução do conflito. No segundo caso, será realizada a mediação, seguida de eventual arbitragem. A decisão arbitral tem uma força equivalente à da sentença judicial.

Sob a influência pandémica, fica em destaque a relevância dos serviços transfronteiriços, pelo que, o “Centro” admite a forma de videoconferência para a realização de mediação ou arbitragem dos conflitos de consumo em que os turistas se envolvem em Macau, nos termos das leis da RAEM, proporcionando serviços simples, céleres, flexíveis e idóneos. Através de aperfeiçoamento e optimização contínuos dos serviços de mediação ou arbitragem prestados pelo CC, já se verificam certos efeitos. No futuro, o CC irá continuar a aprofundar a cooperação com as associações de consumidores da Grande Baía, para aproveitar mutuamente as vantagens de ambas as partes e criar um ambiente de consumo confiável.

液態奶致病菌 檢測報告



奶類食品富含五大營養素，包括碳水化合物、蛋白質、脂肪、礦物質及維他命，尤其含有特別豐富的鈣質及蛋白質，對人體有益，是牙齒及骨骼系統生長所需，並可預防骨質疏鬆等，適合各個年齡層的消費者。不少消費者更會固定或經常飲用液態奶，以簡單、快捷的方式補充營養素的攝取。本會早前與市政署食品安全廳於市面搜集30款液態奶，檢測當中的致病菌，保障消費者的健康。



樣本及標籤資料

30款液態奶樣本由本會與市政署食品安全廳工作人員，以消費者身份於澳門超級市場及便利店等零售點購買。


樣本種類包括須冷藏或可室溫儲存的鮮奶及牛奶飲品。樣本規格由125毫升至1公升不等。標籤聲稱產地包括中國內地、新西蘭、泰國、西班牙、美國、英國、法國、澳洲、越南、日本、葡萄牙、德國、台灣地區及香港地區。

檢測方法及檢測結果

本次檢測方法為中國國家標準GB 4789.30-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 單核細胞增生李斯特氏菌檢驗》、GB 4789.10-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 金黃色葡萄球菌檢驗》及GB 4789.4-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 沙門氏菌檢驗》。

檢測結果顯示全部30款液態奶未檢出單核細胞增生李斯特氏菌、金黃色葡萄球菌及沙門氏菌三種致病菌，全部樣本合格。

食品安全廳對液態奶之選購及食用衛生建議

- 向信譽良好的店鋪購買奶類食品；
- 留意產品包裝上的食用期限及包裝情況，不要購買和飲用已過期、外包裝破損或樽蓋沒有密封的奶類食品；
- 開封後應儘快飲用，若非即時飲用，應依照標籤上的保存方法妥善貯存；
- 仔細閱讀包裝上的標籤資料，以選用適合自身健康的產品；
- 若發現飲料內存有或疑有異味或異物時，不應飲用。 

根據市政署食品安全資訊網的資料，以不同的消毒方法，奶的種類可分為低溫消毒奶與超高溫處理的牛奶

	巴斯德消毒法 (Pasteurization)	超高溫消毒法 (UHT)
消毒過程	短暫加熱	極短時間內高溫加熱
貯存	須雪櫃冷藏	室溫 避免陽光照射
保質期	6-10天	半年
營養	部份營養流失	部份營養流失 牛奶原味有所影響

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28



29



30



液態奶致病菌測試樣本資料

Dados relativos às amostras de leite líquido sujeitas ao teste sobre agentes patogénicos

樣本基本資料 ^[1] Dados relativos às amostras ⁽¹⁾							檢測結果 ^[3] Resultados do teste ⁽³⁾
編號 N.º	商標 Marca	名稱 Designação	規格 Capacidade	標籤聲稱產地 Origem declarada no rótulo	零售價 ^[2] (澳門元) Preço de retalho ⁽²⁾ (Patacas)		
01	安佳 Anchor	脫脂牛奶 Skim Milk	1L	新西蘭 Nova Zelândia	19.5	✓	
02	安怡 Anlene	原味高鈣低脂牛奶飲品 Original High Calcium Low Fat Milk Beverage	180mL * 6	泰國 Tailândia	24.9	✓	
03	Beau & Belle	FULL CREAM MILK	1L	法國 França	11.5	✓	
04	CENTRAL LECHERA ASTURIANA	Skimmed UHT milk	1L	西班牙 Espanha	12.6	✓	
05	Cheer	Fresh Milk	946mL	美國 EUA	25.9	✓	
06	Cowhead	PURE MILK	200mL * 3	澳洲 Austrália	14.5	✓	
07	Daioni organic	BANANA FLAVOURED MILK	200mL	英國 Reino Unido	15.0	✓	
08	牛奶公司 Dairy Farm	鮮牛奶 Fresh Milk	236mL	香港地區 RAEHK	11.5	✓	
09	DAISY	UHT PURE MILK	1L	法國 França	13.0	✓	
10	子母 DUTCH LADY	原味牛奶飲品 Original Milk Beverage	225mL	越南 Vietname	6.2	✓	
11	EUROCOW	Whole Milk	1L	法國 França	11.5	✓	
12	F & N Magnolia	純牛奶 Pure Milk	1L	澳洲 Austrália	13.5	✓	
13	FOREMOST	Whole MILK	946mL	新西蘭 Nova Zelândia	16.5	✓	
14	Fred & Chloé	Full Cream Milk	1L	法國 França	13.0	✓	
15	北海道富良野 Hokkaido Furano	特選3.6牛乳 Specially Select 3.6 Milk	1L	日本 Japão	33.5	✓	
16	北海道 Hokkaido	特選3.6牛乳 Specially Select 3.6 Milk	200mL	日本 Japão	9.8	✓	
17	維記 KOWLOON DAIRY	鮮牛奶 Fresh Milk	225mL	香港地區 RAEHK	9.5	✓	
18	光泉 KUANG CHUAN	低脂高優質牛乳	200mL	台灣地區 Região de Taiwan	8.5	✓	
19	Meadow Fresh	PURE MILK (FULL CREAM)	1L	澳洲 Austrália	14.5	✓	
20	Meadow Fresh	PURE MILK (LOW FAT)	1L	澳洲 Austrália	14.5	✓	
21	Meadows	FULL CREAM MILK	1L	澳洲 Austrália	10.5	✓	
22	明治 meiji	新鮮牛奶飲品 FRESH MILK Beverage	236mL	泰國 Tailândia	8.5	✓	
23	蒙牛 MENGNIU	低脂高鈣奶類飲品 LOW-FAT HIGH-CALCIUM MILK BEVERAGE	250mL*6	中國內地 Interior da China	32.5	✓	
24	Mimosa	whole milk	1L	葡萄牙 Portugal	10.0	✓	
25	歐德堡 Oldenburger	全脂牛奶 UHT Full Cream Milk	1L	德國 Alemanha	15.0	✓	
26	Pauls	高鈣低脂牛奶飲品 HI-CALCIUM LOW FAT MILK BEVERAGE	1L	澳洲 Austrália	21.9	✓	
27	美國牧人 RANCHERS	脫脂牛奶 UHT SKIMMED Milk	946mL	美國 EUA	15.9	✓	
28	十字牌 Trappist Dairy	純牛奶 MILK	1L	澳洲 Austrália	18.0	✓	
29	維他 ViTa	維他命牛奶飲品 Vitamin Milk Beverage	236mL	香港地區 RAEHK	7.5	✓	
30	旺仔 WANT-WANT	特濃奶類飲品 HOT-KID MELLOW MILK BEVERAGE	125mL * 4	中國內地 Interior da China	13.8	✓	

註:

- [1]: 樣本按英文名稱順序及中文筆劃由少至多排列。
 [2]: 不同零售點有價格差異。
 [3]: 檢測方法以中國國家標準GB 4789.30-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 單核細胞增生李斯特氏菌檢驗》、GB 4789.10-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 金黃色葡萄球菌檢驗》、GB 4789.4-2016《食品安全國家標準 食品微生物學檢驗 沙門氏菌檢驗》。經檢測，全部30款樣本未檢出沙門氏菌、金黃色葡萄球菌及單核細胞增生李斯特氏菌3種致病菌。

Obs.:

- (1): As amostras são enumeradas por ordem alfabética e, em caso da designação chinesa, por ordem crescente do número de traços do primeiro carácter da sua designação.
 (2): O preço pode variar-se entre postos de retalho.
 (3): Foram adoptados os padrões nacionais da China, tais como GB 4789.30-2016 "Padrão nacional de segurança alimentar - teste microbiológico de alimentos - teste sobre listeria monocytogenes", GB 4789.10-2016 "Padrão nacional de segurança alimentar - teste microbiológico de alimentos - teste sobre staphylococcus aureus" e GB 4789.4-2016 "Padrão nacional de segurança alimentar - teste microbiológico de alimentos - teste sobre as salmonelas". Após a avaliação, em todas as 30 amostras de leite líquido, não foi detectada a existência dos três agentes patogénicos, nomeadamente, listeria monocytogenes, staphylococcus aureus e salmonelas.



Relatório do teste sobre agentes patogénicos em leites líquidos

Os produtos lácteos são ricos em cinco nutrientes essenciais, nomeadamente hidratos de carbono, proteínas, gorduras, minerais e vitaminas. Entre os quais, o cálcio e as proteínas particularmente ricos são favoráveis ao corpo humano e necessários para o desenvolvimento de dentes e sistema esquelético, bem como para evitar osteoporose, sendo assim os produtos lácteos apropriados para os consumidores de todas as idades. Por ser conveniente e rápido para ingerir nutrientes complementares, muitos consumidores bebem leites líquidos de modo regular ou frequente. Neste sentido, o CC, junto com o Departamento de Segurança Alimentar (DSA) do Instituto para os Assuntos Municipais (IAM), recolheu no mercado 30 géneros de leite líquido para realizar um teste sobre agentes patogénicos, com o intuito de assegurar a saúde de consumidores.

Amostras e informações nos rótulos

As 30 amostras de leite líquido foram adquiridas nos vários postos de retalho de Macau, tais como supermercados e lojas de conveniência, pelos trabalhadores do CC e do DSA na qualidade de consumidor.

Os géneros das amostras abrangem leites frescos e bebidas lácteas, refrigerados ou conserváveis à temperatura ambiente, com capacidade de entre 125ml e 1 litro. As origens declaradas nos rótulos incluem Interior da China, Nova Zelândia, Tailândia, Espanha, Estados Unidos da América, Reino Unido, França, Austrália, Vietname, Japão, Portugal, Alemanha, Região de Taiwan e Região Administrativa Especial de Hong Kong.

Métodos e resultados de teste

Neste teste foram adoptados os padrões nacionais da China, tais como GB 4789.30-2016 “Padrão nacional de segurança alimentar – teste microbiológico de alimentos – teste sobre *listeria monocytogenes*”, GB 4789.10-2016 “Padrão

nacional de segurança alimentar – teste microbiológico de alimentos – teste sobre *staphylococcus aureus*” e GB 4789.4-2016 “Padrão nacional de segurança alimentar – teste microbiológico de alimentos – teste sobre as salmonelas”.

Conforme os resultados, em todas as 30 amostras de leite líquido, não foi detectada a existência dos três agentes patogénicos, nomeadamente, *listeria monocytogenes*, *staphylococcus aureus* e salmonelas, pelo que, todas as amostras foram aprovadas.

Conselhos do DSA sobre a escolha e compra de leites líquidos e a higiene de consumo

- Compre produtos lácteos nas lojas de boa reputação;
- Verifiquem a data de validade e o estado de embalagem, não comprando ou bebendo um produto lácteo já fora de validade, com embalagem danificada ou não bem selada;
- Consumam o produto com a maior brevidade possível após a abertura, e em caso de consumo não imediato, conservem-no de acordo com o meio indicado no rótulo;
- Leiam com atenção as informações constantes na embalagem, de modo a escolher um produto adequado à sua saúde;
- Deixem de beber o produto se nele verificarem cheiro ou objecto alheio.

Conforme a “Informação sobre a Segurança Alimentar” do IAM, em função dos métodos de esterilização, os leites podem ser classificados em pasteurizados e ultrapasteurizados:

	Pasteurização	Ultrapasteurização (UHT)
Esterilização	Aquecimento breve	Aquecimento muito breve a altas temperaturas
Forma de conservação	Refrigeração	Temperatura ambiente, ao abrigo da luz solar directa
Prazo de validade	6-10 dias	Meio ano
Nutrição	Perda parcial de nutrientes	Perda parcial de nutrientes, afectando o sabor natural do leite

響應“世界消費者權益日” 多項精彩活動宣傳普法

為響應國際消費者聯會關於推動全球消費者組織於每年3月15日“世界消費者權益日”舉辦活動的呼籲，本會今年開展多項系列活動，包括以2022年1月1日生效的第9/2021號法律《消費者權益保護法》為主題，舉辦“網上法律知識闖關遊戲 — 《消費者權益保護法》特別大賽”及“四格漫畫比賽”；同時加強和鄰近消保組織合作普法，期望讓社會各界更多關注消費者的權益。

今年3·15系列活動精彩紛呈。本會與法務局於3月15日至4月15日期間合作舉辦“網上法律知識闖關遊戲 — 《消費者權益保護法》特別大賽”，以輕鬆有趣的遊戲形式深入認識《消保法》。遊戲內容涉及法律適用範圍、消費者的定義及享有的7項權利、何謂不正當營商行為，以及3種新型消費合同的規定等。活動反應踴躍，本會期望藉此提高消費者的個人維權意識，瞭解交易前後自身的權利和義務。



“四格漫畫比賽”是系列活動另一大亮點。本會致力向青少年建立正確及健康的消費觀，舉辦不同類型的校園消費者教育活動，其中以中學生為對象的“四格漫畫比賽”已舉辦兩屆，反應理想。今年則以“齊來認識消保法、消費維權有妙法”為主題，鼓勵中學生發揮創意，以四格漫畫來表達對法律的認識。比賽現正接受報名，獲獎或參賽作品有機會成為本會宣傳材料。

為加強粵港澳大灣區消費環境融合，本會與橫琴消費者協會於3月14日至16日聯合開展“琴澳深度融合 共促消費公平”線上有獎問答遊戲。問答題目圍繞澳門與內地保護消費者權益法律異同，設“知識小課堂”專區輔助參加者答題。參加者可透過遊戲深入認識法律，增加兩地居民消費時的維權意識及消費信心。因應粵澳深度合作區建設穩步推進，本會亦加強和鄰近地區的合作。早前本會和中山市消費者委員會以雲簽約方式簽署了消費維權合作工作紀要，另外與橫琴消費者協會聯合發佈“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”，期望通過多方渠道，提升消費者的維權意識。 KL



Realizadas actividades divertidas de sensibilização jurídica por ocasião do **Dia Mundial dos Direitos do Consumidor**

Em resposta ao apelo da *Consumers International* às organizações de consumidores de todo o mundo para a realização de actividades no Dia Mundial dos Direitos do Consumidor, celebrado a 15 de Março, o CC, este ano, lançou-se a organizar várias actividades, como o “Jogo *online* sobre os conhecimentos jurídicos - Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor” e o “Concurso de banda desenhada”, em torno da Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor que entrou em vigor em 1 de Janeiro de 2022. Ao mesmo tempo, reforça a cooperação com as organizações de consumidores das regiões adjacentes, no sentido de chamar maior atenção social aos direitos e interesses do consumidor.

A série de actividades deste ano é recheada de conteúdos extraordinários. Em cooperação com a Direcção dos Serviços dos Assuntos de Justiça, o CC realizou “Jogo *online* sobre os conhecimentos jurídicos - Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor” entre 15 de Março e 15 de Abril, com vista a fazer conhecer profundamente a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor de forma distraída, sobretudo: o âmbito de aplicação da Lei, a definição de consumidor e os sete direitos de que goza, as práticas comerciais desleais e as disposições sobre os contratos de três novos modelos de consumo. O jogo registou uma participação entusiástica, com expectativa de aumentar a consciência dos consumidores sobre a protecção dos seus direitos, tomando conhecimento dos seus direitos e deveres antes e após a transacção.

O “Concurso de banda desenhada” é um outro ponto de destaque nesta série de actividades. O CC esforça-se por ajudar os adolescentes a criar valores de consumo correctos e saudáveis, através da organização de diferentes tipos de acções educativas em escolas, como o concurso de banda desenhada destinado aos estudantes do ensino secundário que já se realizou em dois anos consecutivos e obteve uma reacção satisfatória. Este ano, o CC voltou a organizar o concurso de banda desenhada subordinado ao tema “Vamos conhecer a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor para proteger os direitos de consumo”, com vista a encorajar os estudantes do ensino secundário a mostrar a sua criatividade expressando o que conhecem sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor mediante banda

desenhada. Já se encontra a decorrer o prazo de apresentação de candidaturas ao dito concurso, podendo as obras premiadas ou candidatas tornar-se materiais promocionais do CC.

A fim de fomentar a integração do ambiente de consumo na Grande Baía Guangdong-Hong Kong-Macau, o CC e a Associação de Consumidores de Hengqin organizaram em conjunto um jogo de perguntas e respostas online subordinado ao tema “Promover juntos a justiça no consumo sob a integração aprofundada de Hengqin e Macau”, decorrido entre 14 e 16 de Março, com perguntas referentes às semelhanças e diferenças entre Macau e o Interior da China à volta da legislação relativa à protecção dos direitos e interesses do consumidor, sendo disponibilizada uma zona específica de “aulas de consolidação de conhecimentos” que ajuda os participantes a responder, de maneira a permitir-lhes conhecer profundamente as leis através do jogo e assim os tornar mais cientes sobre a defesa dos direitos no consumo, trazendo-lhes maior confiança no consumo. Atendendo ao desenvolvimento graduado da criação da Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau, o CC também intensifica a cooperação com as regiões adjacentes, como assinou a acta dos trabalhos na área de defesa do consumidor com o Conselho de Consumidores da Cidade de Zhongshan, mediante a assinatura em nuvem, e divulgou em conjunto com a Associação de Consumidores de Hengqin as “Dicas sobre os riscos sérios na aquisição dos edifícios de escritórios comerciais”, com intuito de aumentar a consciência dos consumidores pela defesa dos direitos através de diferentes meios.

Concurso de banda desenhada ajuda os estudantes do ensino secundário a conhecer a lei

No dia 15 de Março, data em que foi celebrado o “Dia Mundial dos Direitos do Consumidor” do corrente ano, começou a correr o prazo para apresentação de candidaturas ao concurso de banda desenhada “Vamos conhecer a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor para proteger os direitos de consumo”, organizado pelo CC, com prazo de 3 meses para a apresentação de candidaturas e abrange até ao dia 17 de Junho. São encorajados os estudantes do ensino secundário regular de Macau a participar no dito concurso.

Esta edição do concurso de banda desenhada é dividida nas categorias do ensino secundário geral e do ensino secundário complementar, sendo admissíveis as candidaturas individuais ou em grupo, no máximo de 3 pessoas. Em caso de candidatos provenientes de vários anos de escolaridade, a categoria será determinada conforme o maior ano de escolaridade. Tendo em conta a entrada em vigor da Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor) em 1 de Janeiro de 2022, exige-se que os candidatos criem uma banda desenhada de quadro quadradinhos em torno de temas relativos aos direitos do consumidor consagrados pela referida Lei, nomeadamente sobre os à informação, à obtenção de recibo e à livre resolução do contrato no prazo de sete dias. O júri será composto pelos representantes do CC e pelos profissionais na área relevante, que realizarão uma avaliação diversificada com base nos critérios como criatividade, design original, técnicas artísticas ou informáticas, seleccionando em cada categoria os 1.º, 2.º e 3.º lugares e 5 prémios de distinção. O resultado do concurso será divulgado na página electrónica do CC em Agosto deste ano, bem como as obras premiadas ou candidatas poderão ser escolhidas para se tornar em materiais promocionais do CC sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor. O CC encoraja os estudantes do ensino secundário a mostrar a sua criatividade aprofundando o seu conhecimento sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor mediante a banda desenhada. Espera-se que a realização desta acção de educação do consumidor em escolas contribua para levar os adolescentes a conhecer melhor sobre a Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor) e os ajudar a criar valores de consumo correctos e saudáveis.

Com a entrada em vigor da Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor, o CC irá empenhar-se em promover a generalização do conhecimento jurídico, educar os consumidores a exercer apropriadamente os direitos que a lei lhes atribui e realizar continuamente a sensibilização jurídica em linguagem simples através das acções inovadoras, interessantes e em temas diversificado. O CC deseja aproveitar os esforços de toda a sociedade para criar em conjunto um ambiente de consumo positivo.



本會應邀到橫琴出席 橫琴誠信店品牌評審活動

橫琴與澳門一水之隔，早在2015年，本會便與橫琴消費者協會簽署合作協議，合作範圍包括兩地消費個案轉辦、人員培訓、消費信息交換等，並建立了兩地誠信店品牌合作機制。多年來，兩會在消費維權工作上不斷開拓新方法，致力推動兩地消費維權一體化發展。



早前兩會為進一步落實合作協議內容，根據《橫琴誠信店品牌認定和管理規定（修訂）》，共同派員參與“橫琴誠信店”品牌計劃商號評審工作，提升水平。與此同時，通過兩地工作人員共同協助，亦可把兩地消費維權經驗帶入商號，優化商號的經營方式，促進兩地消費環境融合。

“橫琴誠信店”品牌計劃於2015年建立，有關計劃屬於自願參加性質。有意參加的商號須符合下列條件，包括經營者要參加“廣東省放心消費創建”活動，並獲得“放心消費承諾單位”滿一年；自願採用先行賠付方式處理與消費者協商無果的消費爭議；同意將引發爭議的消費糾紛提交珠海國際仲裁院仲裁；同意採用橫琴跨境跨區域消費維權合作機制處理消費爭議；以及近兩年內無經相關職能部門認定的主觀惡意侵害消費者合法權益的行為，無經相關職能部門查處的違法違規經營記錄等。橫琴消費者協會依次按照申報、受理、考核、公示程序開展評審工作。相關管理和評審規定於實踐中不斷檢視和深化，至今已有55間商號獲評為“橫琴誠信店”。



是次兩會工作人員到訪橫琴多間不同類型的商號評審，包括文儀用品店、藥房、小食店及大型餐館等。根據《橫琴誠信店品牌考核標準》，分別從主體資格、誠信承諾、誠信形象、誠信管理、誠信維權、行業類別標準及失信行為七大維度，超過30個細項考核。評審合格的商號會獲頒發“橫琴誠信店”品牌牌匾，正式成為“橫琴誠信店”品牌計劃的一員。



粵港澳融合發展是國家重要發展戰略。而《橫琴粵澳深度合作區建設總體方案》出台，兩地交流日益頻繁，越來越多澳門居民到橫琴居住、就業和經商。配合深合區健全粵澳共商共建共管共用的新體制，澳門和橫琴加強消費維權方面的協作與對接，將有助推動兩地一體化發展。展望未來，本會將持續鞏固和深化與橫琴的消費維權合作成果，並把握深合區所帶來的發展機遇，繼續保障兩地消費權益、促進兩地消費維權一體化發展。 J



CC foi convidado a participar na actividade de avaliação da marca de Loja Certificada de Hengqin

Geograficamente, Macau e Hengqin só se separam por um rio. Neste contexto, o CC assinou em 2015 com a Associação de Consumidores de Hengqin um protocolo de cooperação, cujo âmbito de cooperação inclui o encaminhamento mútuo de casos de consumo, a formação do pessoal e a troca de informações na área de consumo, tendo criado também o mecanismo de cooperação da marca de Loja Certificada entre os dois locais. Ao longo destes anos, ambos os organismos têm explorado novos meios destinados a promover o desenvolvimento integrado dos dois locais na área de defesa do consumidor.



A fim de concretizar o conteúdo do protocolo assinado, nos termos do “Regulamento do reconhecimento e gestão da marca de Loja Certificada de Hengqin (versão revista)”, os dois organismos enviaram pessoal para participar nos trabalhos de avaliação aos estabelecimentos comerciais sujeitos ao projecto da marca de Loja Certificada de Hengqin, procurando melhorar o seu nível. Ao mesmo tempo, através da cooperação entre os trabalhadores dos dois locais, pode-se aplicar as experiências sobre a defesa do consumidor nos dois locais aos estabelecimentos comerciais, permitindo-lhes aperfeiçoar a sua forma de operação, assim como fomentando a integração do ambiente de consumo entre os dois locais.

O projecto da marca de Loja Certificada de Hengqin foi criado em 2015, com a participação de carácter voluntário. Os estabelecimentos interessados em aderir ao projecto devem reunir os requisitos seguintes: ser parte da actividade “Criação do ambiente de consumo confiável na Província de Guangdong” e ter completado um ano como “entidade comprometedora do consumo confiável”; adoptar, voluntariamente, a indemnização como alternativa prioritária para a resolução dos conflitos de consumo pendentes com o consumidor; aceitar a submissão dos litígios de consumo à arbitragem no Tribunal Arbitral Internacional em Zhuhai; consentir o tratamento dos litígios de consumo com recurso ao mecanismo de cooperação transfronteiriça e intra-regional na defesa do consumidor de Hengqin; e nos últimos dois anos não ter tido o registo de prática das condutas de má fé subjectiva, lesivas dos direitos e interesses legítimos do consumidor, reconhecidas pelos serviços competentes, nem o registo de infracções e irregularidades no exercício das actividades, investigadas pelos serviços competentes.



O desenvolvimento integrado de Guangdong, Hong Kong e Macau é uma das estratégias de desenvolvimento importantes do País. Com o lançamento do “Projecto Geral de Construção da Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin”, o intercâmbio entre os dois locais tem vindo a tornar-se frequente, e cada vez mais residentes de Macau optam por viver, trabalhar e desenvolver negócios em Hengqin. Em articulação com o novo sistema de negociação, construção e administração conjuntas e compartilha de resultados entre Guangdong e Macau, adoptado pelo Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin, a cooperação e a interconexão esforçadas entre Macau e Hengqin em matéria da defesa do consumidor contribuirão para fomentar o desenvolvimento integrado dos dois locais. No futuro, o CC irá dar continuidade à consolidação e aprofundamento dos resultados de cooperação com Hengqin na área de defesa do consumidor, aproveitando as oportunidades de desenvolvimento oferecidas pela Zona de Cooperação Aprofundada, de maneira a assegurar a protecção dos direitos e interesses do consumidor em Macau e Hengqin, assim como promover o desenvolvimento integrado dos dois locais no âmbito da defesa do consumidor.

A Associação de Consumidores de Hengqin lançou os trabalhos de avaliação seguindo os procedimentos, sucessivamente, de declaração, recepção, avaliação e divulgação ao público, tendo sido revisto e aperfeiçoado o respectivo regulamento de gestão e avaliação na prática. Actualmente, há 55 estabelecimentos comerciais classificados como “Lojas Certificadas de Hengqin”.

Os trabalhadores dos dois organismos deslocaram-se a diversos tipos de estabelecimentos comerciais em Hengqin para realizar a avaliação, como papelarias, farmácias, snack bars e estabelecimentos de restauração. Em conformidade com os “Critérios de avaliação da marca de Loja Certificada de Hengqin”, foi efectuada a avaliação em função de mais de 30 subitens dos 7 itens, nomeadamente: qualificação subjectiva, compromissos de honestidade, imagem de honestidade, gestão honesta, defesa dos direitos com honestidade, padrões sectoriais e actos desonestos. Aos estabelecimentos aprovados na avaliação é atribuída a placa da marca de Loja Certificada de Hengqin, com a qual, por consequente, passam a fazer parte do projecto da marca de Loja Certificada de Hengqin.



本會2022年第一季活動總結

Resumo das actividades realizadas pelo CC no primeiro trimestre de 2022



一月

- 應澳門髮型美容從業員協會邀請，向其會員進行《消費者權益保護法》講解會；
- “最佳誠信店”活動報名期結束；
- 與澳門金業同業公會聯合公佈“金銀珠寶零售業行業守則”；
- 本會邀請市政署、經濟及科技發展局、海關、治安警察局、司法警察局、藥物监督管理局、旅遊局、郵電局、交通事務局等部門舉行跨部門工作會議，就新春假期對本澳市民及來澳旅客之消費者權益保護工作，互相交換消費維權情報及訂定維權措施；
- 與海關於新春假期前夕到各區進行普法宣傳；
- 與海關、經濟及科技發展局、市政署到年宵市場進行普法宣傳；
- 公佈時令食品—賀年禮品（食品）專項價格調查報告；
- 派員到各區向商戶派發《消費者權益保護法》宣傳單張，介紹經營者須履行的義務及法律的各項規定。

Janeiro

- A convite da Associação dos Profissionais de Salões de Cabeleireiro e de Beleza de Macau, realizou uma sessão de esclarecimento sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor junto dos seus associados;
- Terminou o prazo para a apresentação de candidaturas da actividade “Melhor Loja Certificada”;
- Divulgou o Código de Práticas para Joalharias e Ourivesarias, junto com a Associação das Ourivesarias de Macau;
- Divulgou o Código de Práticas para Joalharias e Ourivesarias, junto com a Associação das Ourivesarias de Macau;
- Convidou vários serviços públicos para realizar reuniões de trabalho interdepartamental, incluindo o Instituto para os Assuntos Municipais (IAM), a Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico (DSEDT), os Serviços de Alfândega de Macau (SA), o Corpo de Polícia de Segurança Pública, a Polícia Judiciária, o Instituto para a Supervisão e Administração Farmacêutica, a Direcção dos Serviços de Turismo, a Direcção dos Serviços de Correios e Telecomunicações e a Direcção dos Serviços para os Assuntos de Tráfego, com os objectivos de trocar informações sobre a defesa dos direitos de consumo e definir medidas nesta matéria, em relação aos trabalhos da defesa dos direitos e interesses de consumo dos residentes de Macau e dos turistas durante o Ano Novo Lunar;
- Realizou acções de divulgação jurídica nas diferentes zonas, junto com os SA, durante as vésperas do Ano Novo Lunar;
- Realizou acções de divulgação jurídica na Feira a realizar nas Vésperas do Ano Novo Lunar, junto com os SA, a DSEDT e o IAM;
- Divulgou o Relatório de Investigação dos Preços dos Produtos Alimentares Festivos para o Ano Novo Chinês;
- Mandou pessoal para distribuir folhetos sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor a estabelecimentos comerciais de diferentes zonas, bem como apresentar os deveres que exigem o cumprimento dos operadores comerciais e as respectivas disposições legais.



二月

- 分別派員到澳門街坊會聯合總會黑沙環社區服務中心、婦聯樂頤長者日間中心、沙梨頭坊眾互助會進行消費維權講座，介紹《消費者權益保護法》；
- 派員到各區向商戶派發《消費者權益保護法》宣傳單張，介紹經營者須履行的義務及法律的各項規定。

Fevereiro

- Mandou pessoal ao Centro de Apoio Comunitário da Areia Preta da União Geral das Associações dos Moradores de Macau, ao Centro Diurno Prazer para Idosos da Associação Geral das Mulheres de Macau e à Associação de Mútuo Auxílio dos Moradores do Patane, para realizar seminários sobre a defesa dos direitos do consumidor, apresentando a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor;
- Mandou pessoal para distribuir folhetos sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor a estabelecimentos comerciais de diferentes zonas, bem como apresentar os deveres que exigem o cumprimento dos operadores comerciais e as respectivas disposições legais.



三月

- 分別派員到弱智人士家長協進會康樂綜合服務中心及明愛青洲老人中心進行消費維權講座，介紹《消費者權益保護法》；
- 與澳門網絡傳媒發展有限公司進行《消費者權益保護法》工作交流會；
- 應橫琴消費者協會之邀請，派員到橫琴協助其進行“橫琴誠信店”品牌評審工作；
- 粵港澳大灣區法律與社會融合發展促進會拜訪本會；
- 與橫琴消費者協會舉辦“琴澳深度融合 共促消費公平”線上有獎問答遊戲活動；
- 與中山市消費者委員會進行視像會議，並簽署工作會議紀要，確立雙方年度合作項目；



- 與法務局合辦“網上法律知識闖關遊戲 - 《消費者權益保護法》特別大賽”活動；
- 舉辦“齊來認識消保法、消費維權有妙法”四格漫畫比賽；
- 與橫琴消費者協會聯合發佈“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”；
- 分別於聖羅撒女子中學中文部及慈幼中學舉辦《消費者權益保護法》巡迴展；
- 橫琴消費者協會到訪本會，探討兩會在保障消費權益等方面的合作；
- 派員到各區向商戶派發《消費者權益保護法》宣傳單張，介紹經營者須履行的義務及法律的各項規定。 K

Março

- Mandou pessoal ao Complexo de Serviços Hong Lok da Associação dos Familiares Encarregados dos Deficientes Mentais de Macau e ao Centro de Dia da Ilha Verde da Caritas Macau, para realizar seminários sobre a defesa dos direitos do consumidor, apresentando a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor;
- Realizou reunião de trabalho sobre o intercâmbio relativo à Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor, com a Empresa de Desenvolvimento de Media Electrónico de Macau, Limitada;
- A convite da Associação de Consumidores de Hengqin, mandou pessoal a Hengqin para participar nos trabalhos de avaliação da Marca de Lojas Certificadas de Hengqin;
- A Associação de Promoção da Integração Jurídica e Social da Grande Baía Guangdong-Hong Kong-Macau (tradução nossa) visitou o CC;
- Realizou um jogo online com a Associação de Consumidores de Hengqin, sob o tema de “Promover juntos a justiça no consumo sob a integração aprofundada de Hengqin e Macau”;
- Realizou uma videoconferência com o Conselho de Consumidores da Cidade de Zhongshan, tendo as duas partes assinado a acta da reunião de trabalho e definido os projectos de cooperação bilateral do ano;
- Realizou junto com a Direcção dos Serviços de Assuntos de Justiça um jogo online sobre os conhecimentos jurídicos, particularmente sob o tema da Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor;
- Realizou o Concurso de banda desenhada “Vamos conhecer a Lei de Protecção dos Direitos e interesses do consumidor para proteger os direitos de consumo”;
- Divulgou as “Dicas sobre os riscos sérios na aquisição dos edifícios de escritórios comerciais na Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau”, em conjunto com a Associação de Consumidores de Hengqin;
- Realizou exposição itinerante sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor, respectivamente no Colégio de Santa Rosa de Lima (Secção Chinesa) e no Instituto Salesiano;
- A Associação de Consumidores de Hengqin visitou o CC, tendo as duas partes abordado a cooperação no âmbito da defesa de direitos e interesses de consumo;
- Mandou pessoal para distribuir folhetos sobre a Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor a estabelecimentos comerciais de diferentes zonas, bem como apresentar os deveres que exigem o cumprimento dos operadores comerciais e as respectivas disposições legais.

商匯館 -- 龍昌行

“龍昌行”為本會“誠信店認可計劃”的認可商號，同時，其商品進駐了澳門貿易投資促進局“商匯館”作商品展示及推廣。“商匯館”以對外宣傳“澳門製造”、“澳門品牌”、“澳門設計”的商品為目標，而本會的“誠信店認可計劃”則能助力商號提升商品品質及服務水平。今期《澳門消費》轉載“商匯館”企業故事的專訪內容。



乘風破浪龍昌行 創新營銷敢勇闖

成立於1999年的龍昌行海味，憑着逾二十年海味批發經驗，力求以實惠價錢為客戶提供高品質商品，董事總經理李嘉浩接管家族生意後，配合市場發展，推出自家品牌“皇冠牌”即食系列產品，同時設計出包裝精緻的嫁囍套裝及節慶禮物籃，更聯同網紅合作，為龍昌行帶來新時代的營銷策略。

廣納雅言 力求進步

龍昌行昔日主打海味乾貨加工，為澳門各大餐廳酒樓供應完成浸發工序的鮑參翅肚，發展至今過半數訂單皆來自本地大型渡假村企業，商品貨源來自印尼、日本、澳洲及南美洲等地，並自設批發部門與加工包裝廠房，在澳門皇朝及黑沙環一共設有三間零售門市。

李嘉浩認為，澳門本地中小企的優勢是靈活性高，可因應客戶需求而隨時調整業務，故此，為滿足繁忙都市人日益追求方便的習慣，順應推出“皇冠牌”即食系列，包括即食塘心鮑魚、即食燕窩、即食遼參及即飲燉湯等產品，打開包裝後稍作加熱即可食用，推出至今銷量不俗；除此之外，龍昌行積極順應潮流改革，數年前了解到大型渡假



村企業對於海味包裝的高要求，李嘉浩積極建立設計團隊，推出嶄新包裝產品，成功爭取到大型渡假村企業的大額禮品訂單；所謂“人靠衣裳”，產品也一樣，龍昌行近年推出包裝精緻體面的嫁囍套裝產品，深受客戶歡迎，李嘉浩認為包裝的質素能為海味營銷帶來新衝擊。

與時俱進 善用科技

銷售及宣傳渠道方面，李嘉浩銳意步入網絡市場，除了開設社交平台專頁外，積極於內地大型電商平台上架商品，更善用大數據分析力及網絡紅人的影響力，為龍昌行開拓新市場：“近兩年開始於谷歌搜尋引擎投放宣傳廣告，利用大數據資訊，能較準確地掌握品牌的潛在客戶市場，更好地集中資源進行有效的行銷。此外，2019年曾嘗試與內地直播平台合作，由網絡紅人直播推銷產品，首一小時已創造出五位數的銷售額。

質量增值 信心加倍

為進一步加強產品認受性及為區域合作的市場鋪路，龍昌行去年底成功考取由香港品質保證局發出的HACCP（危害分析和關鍵控制點）食品安全系統認證，其海味乾貨食品的批發流程，包括加工、包裝、倉儲及運輸皆符合香港品質保證局的要求，讓產品安全質量在國際上更具認受性。

2019年加入貿促局“商匯館”後，李嘉浩期望透過參與貿促局組織的不同形式經貿活動及展會，加強自家產品的宣傳推廣，促成生意合作。今年受到新冠肺炎疫情影響，龍昌行計劃推出各項促銷優惠，包括送限量版贈品及設立會員積分制度，提高客人消費意欲，並積極增加內地銷售份額，與內地網絡直播公司洽談合作，籌備疫後復甦大計。

Macao Ideas -- Long Cheong Hong

A Long Cheong Hong é um estabelecimento comercial integrante do “Projecto de Reconhecimento de Loja Certificada” do CC, tendo os seus produtos expostos no “Macao Ideas” do Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau (IPIM) para efeitos de publicitação e promoção. “Macao Ideas” tem como objectivo promover ao público os produtos “Fabricados em Macau”, de “Marcas de Macau” ou “Concebidos em Macau”, enquanto o “Projecto de Reconhecimento de Loja Certificada” do CC visa apoiar os estabelecimentos comerciais na melhoria da qualidade dos bens e serviços. Nesta edição, citaremos a entrevista dessa empresa, realizada pelo “Macao Ideas” do IPIM.

Long Cheong Hong - Um Exemplo de Marketing Inovador

Fundada em 1999 e com mais de 20 anos de experiência na venda a retalho de marisco e frutos do mar secos, a Long Cheong Hong tem esforçado constantemente por oferecer aos seus clientes produtos de qualidade a preços convidativos. Desde que tomou conta do negócio da família, e em linha com o desenvolvimento do mercado, o Director-Geral Lei Ka Hou lançou a sua própria marca de alimentos pronto para consumo “Emperor”. Simultaneamente, e de modo a dar início a uma nova era de estratégias de negócio para a empresa, tem desenhado kits de lembranças, luxuosamente embalados, para oferta em casamentos e festividades, e também tem cooperado com celebridades da Internet.

Cuidar da apresentação e procurar a melhoria contínua

No passado, a Long Cheong Hong dedicava-se exclusivamente ao processamento de mariscos secos, fornecendo vieiras e abalones processados e demolidos a grandes restaurantes e hotéis de Macau. Actualmente, mais de metade das encomendas são provenientes da indústria local de *resorts* turísticos e os produtos vendidos são oriundos da Indonésia, Japão, Austrália e América do Sul. A empresa possui o seu próprio departamento de vendas a retalho, fábrica de processamento e embalagem, assim como três lojas distribuídas no NAPE e na Areia Preta.

O Director-Geral acredita que as pequenas e médias empresas de Macau possuem a vantagem de serem altamente flexíveis e capazes de, a qualquer momento, ajustarem o seu negócio às necessidades dos clientes. Por esse motivo, de modo a ir ao encontro das necessidades de conveniência da tão atarefada população urbana, foi lançada a marca de enlatados “Emperor”. A marca inclui

abalone, ninho de andorinha, pepino do mar e sopa prontos para consumo instantâneo, bastando apenas aquecer e estão prontos a consumir. Os produtos têm tido boa aceitação por parte do mercado. Adicionalmente, a Long Cheong Hong tem seguido activamente a mudança de tendências. Já há alguns anos que a empresa reparou nos elevados requisitos das grandes empresas do ramo dos *resorts* turísticos relativamente à apresentação dos produtos. Em resposta, Sr. Lei Ka Hou formou uma equipa de *design*, lançou produtos com embalagens totalmente renovadas e recebeu grandes encomendas de embalagens para oferta por parte de muitas destas empresas. Ainda na lógica do “vinho velho em garrafa nova”, mantendo a qualidade do produto original, a Long Cheong Hong tem também lançado, nos últimos anos, *kits* de lembranças, luxuosamente embalados, para oferta em casamentos e festividades, que têm tido muito boa aceitação por parte dos clientes. Lei Ka Hou acredita que a qualidade da embalagem pode trazer um novo impacto positivo às vendas.

Avançar com os tempos e fazer uso das novas tecnologias

No que diz respeito a vendas e canais de marketing, o Director-Geral está determinado a entrar no mercado online. Para além de páginas nas redes sociais, tomou a iniciativa de colocar os seus produtos em plataformas de comércio electrónico do Interior da China, fazendo também uso da análise de mega dados e de celebridades da Internet com o objectivo de abrir novos mercados para a Long Cheong Hong: “Nos últimos dois anos, comecei a publicitar no motor de pesquisa Google. Através da utilização de mega dados, consigo compreender, com maior rigor, o potencial mercado para a marca e fazer uma melhor concentração dos recursos de marketing para obter uma maior eficiência.

Além disso, em 2019, tentei cooperar com plataformas que conduzem vendas em transmissões em directo do Interior da China e fazer com que celebridades da Internet promovessem os produtos nos seus vídeos. Logo na primeira hora, obtive vendas na ordem dos cinco dígitos.”

Qualidade comprovada, maior confiança

De modo a aumentar ainda mais a visibilidade dos produtos e a preparar o caminho para a cooperação no mercado regional, a Long Cheong Hong conseguiu, no final do ano passado, obter o certificado de segurança alimentar HACCP (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle), emitido pela Agência de Garantia da Qualidade de Hong Kong. Consegue, desta forma, comprovar que todo o processo de retalho de mariscos e frutos do mar, incluindo processamento, embalagem, armazenamento e transporte, se encontram conforme os requisitos da Agência de Garantia da Qualidade de Hong Kong, assegurando o reconhecimento internacional da segurança e qualidade dos produtos.

Tendo ingressado em “Macao Ideas” do IPIM em 2019, Lei Ka Hou tem a esperança de, através da participação em diferentes exposições e eventos económicos e comerciais organizados pelo IPIM, fomentar a promoção dos seus produtos e promover a cooperação a nível empresarial. Tendo, durante o presente ano, sido afectada pela pandemia causada pelo novo coronavírus, a Long Cheong Hong planeia lançar diversas campanhas promocionais, incluindo uma edição limitada de presentes e um sistema de pontos de fidelização, de modo a aumentar as intenções de compra. A empresa planeia também aumentar activamente as vendas no Interior da China, negociar mais protocolos com plataformas de *streaming* do Interior da China, num esforço de recuperação dos efeitos da epidemia.



交易前講清楚 交易後心安妥

Boa comunicação antes da transacção traz confiança depois

熱愛旅遊的張太，打算參加澳門一天遊與家人齊齊散心。為方便起見，張太先打電話到某旅行社查詢本地一天團的報名詳情，電話中她提出只想參加星期日出發的旅行團，當時職員表示可以安排。之後張太到旅行社報名，職員為張太預訂於某日出發的旅行團，張太當刻便簽署合同及繳清團費。但回家後才發現出發當日是星期六，其家人不能同行，認為旅行社沒有按其要求安排星期日出發的旅行團，便求助消委會處理相關爭議。


經消委會聽取雙方就事發經過的表述和看法，發現爭議在於雙方前後兩次溝通出現問題。張太致電旅行社查詢，是旅行社職員A回覆可以安排，但電話中未有落實合同；張太到旅行社報名時，是由職員B接待，其不清楚張太早前來電查詢的內容，而張太也沒有再向職員B表示要報名星期日出發的旅行團，可見雙方因溝通上出問題而引致報錯團事件。最後旅行社協調到往後星期日出發的旅行團位置，協助張太轉團解決事件。

本會提醒消費者，在交易前應先瞭解清楚欲購買的商品或服務，根據

A Sr.^a Cheong, entusiasta de viagens, pensava em inscrever-se numa excursão de um dia em Macau para se distrair com a sua família. Por conveniência, a Sr.^a Cheong telefonou a uma agência de viagem para consultar informações sobre a inscrição numa excursão local de um dia, e na conversa acrescentou que só tinha vontade de participar numa excursão partida num Domingo, sobre a qual o trabalhador da agência prometeu coordenar. Mais tarde, a Sr.^a Cheong deslocou-se à agência de viagem para proceder à inscrição numa excursão, com uma data de partida marcada por um outro trabalhador a favor da Sr.^a Cheong, a qual celebrou logo o contrato e pagou integralmente o preço. Depois do regresso para casa, a Sr.^a Cheong reparou que a data de partida estava marcada para um Sábado, razão pela qual a sua família não estaria disponível para lhe fazer companhia, pelo que considerou que a agência de viagem não lhe arranjou a excursão conforme o seu pedido, ou seja, com a partida num Domingo, recorrendo então à ajuda do CC para tratamento do conflito em causa.

O CC, depois de ouvir a descrição e o ponto de vista das partes sobre o incidente, verificou que o problema consistia na má-comunicação sucessiva entre as duas partes. Quando a Sr.^a Cheong telefonou à agência, era o trabalhador A que prometeu a coordenação, mas nesta comunicação o contrato não foi concluído; e quando a Sr.^a Cheong veio proceder à inscrição na agência, era recebida pelo trabalhador B, que não conhecia o conteúdo das informações consultadas anteriormente pela Sr.^a Cheong, nem esta exigiu novamente que pretendia se inscrever numa excursão partida num Domingo, resultando afinal estes dois factos de má-comunicação neste incidente de inscrição incorrecta. No fim, para a resolução, a agência de viagem ajudou a Sr.^a Cheong a mudar para uma excursão partida num Domingo que sucederia.

第9/2021號法律《消費者權益保護法》第十一條規定，消費者在訂立合同前有權要求經營者提供相關資訊。如消費者有其他個別要求，也應在合同磋商時向經營者清楚表達，雙方做好充份溝通後才交易。

同時，消費者簽署任何合同文件，都要仔細閱讀所有內容及條款，確認雙方的約定有落在合同內。正如上述個案，雙方交易前溝通清楚，簽署合同時細閱內容，可減少日後不必要的糾紛。 

O CC alerta os consumidores para conhecerem de forma suficiente os bens ou serviços a ser adquiridos antes da transacção. De acordo com o artigo 11.º da Lei n.º 9/2021 (Lei de protecção dos direitos e interesses do consumidor), o consumidor tem direito a exigir ao operador comercial as informações relevantes antes da celebração do contrato. Em caso de outras exigências especiais, o consumidor tem de indicá-las de forma clara junto do operador comercial na fase de negociação do contrato, devendo as partes efectuar a transacção apenas após uma comunicação suficiente.

Além disso, ao celebrar qualquer contrato, devem os consumidores ler cuidadosamente todo o conteúdo e todas as cláusulas, bem como confirmar a constatação de convenção bilateral no contrato. Tal como o caso acima mencionado, as partes devem comunicar-se bem antes da transacção, e ler em pormenor o conteúdo contratual na celebração, de modo a minimizar os conflitos desnecessários eventuais.

消費者委員會2022年3月份個案分類

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

Nº 接獲個案總數 **531宗** **!** 投訴 **409宗** **?** 諮詢 **122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
衣履皮革	Vestuário e produtos de couro	33	8.1%
食品及飲品類	Comida e bebida	32	7.8%
個人護理產品及服務	Serviços e produtos de higiene pessoal	32	7.8%
飲食服務	Serviços de restauração	31	7.6%
俱樂部	Clubes	24	5.9%
房地產	Imóveis	23	5.6%

2022年3月份成為加盟商號之名單

Lista de novas Lojas Aderentes em Março de 2022

汽車 Automóvel

新康誠汽車有限公司

澳門勞動節大馬路672號
御景灣地下H舖

XIN KANG CHENG - AUTO SERVICOS, INVESTIMENTOS
COMERCIAIS E INDUSTRIAIS, IMPORTACAO E EXPORTACAO, LIMITADA

Avenida 1º de Maio no.672 The Bayview, lj.H, r/c, Macau

美容 Beleza

感恩美容中心2

澳門氹仔孫逸仙博士大馬路326號
泉亮花園地庫BC座

GRATITUDE BEAUTY CENTRE 2

Avenida Dr. Sun Yat Sen no. 326,
Edf. Chun Leong, Cave 'BC', Taipa Macau

眼鏡 Óptica

新澳視眼鏡

澳門高士德大馬路45B地下

NEW MACAU OPTICAL

Avenida de Horta e Costa no. 45B, r/c, Macau

金飾 Ouriversaria

六福珠寶金行

澳門亞美打利庇盧大馬路(新馬路)2B號全幢

LUK FOOK JOALHARIA E OURIVERSARIA (MACAU), LIMITADA

Avenida de Almeida Ribeiro no. 2B, Macau

餐廳及食肆 Restauração

大東屋

澳門紅窗門街96-100號地下

ESTABELECIMENTO DE COMDIAS TAI TUNG HOUSE

Rua da Alfândega no. 96-100 r/c, Macau

超級市場 Supermercado

新口岸超級市場

澳門新口岸上海街82號
廣發商業中心地下B舖

SUPERMERCADO SAN HAU ON

Rua de Xangai no. 82
Edf. Centro Coercial Kuong Fat, lj.B, r/c, Macau

外賣店 Takeaway

一番壽司外賣連鎖

澳門氹仔偉龍馬路澳門科技大學P座地下
科大點綻之集裝箱P07舖A區

ICHIBAN SUSHI TAKE-AWAY CHAIN STO

Avenida Wai Long Macau University of Science and Technology,
Zona P, r/c, loja P07 'A', Taipa Macau

糖貴妃

澳門氹仔偉龍馬路澳門科技大學P座地下
科大點綻之集裝箱P07舖B區

TANG GUI FEI

Avenida Wai Long Macau University of Science and Technology,
Zona P, r/c, loja P07 'B', Taipa Macau

萃萃泡沫茶坊

澳門氹仔飛能便度街102號
泉悅花園地下C

BUBBLE TEA

Rua Fernão Mendes Pinto no.102
Edf. Chun U Garden, r/c, 'C', Taipa, Macau

萃萃泡沫茶坊

澳門賈伯樂提督街52號C
世紀豪庭地下C

BUBBLE TEA

Rua do Almirante Costa Cabral 52C
Edf. Millennium Court r/c, 'C', Macau

萃萃泡沫茶坊

澳門馬統領圍17號
金來大廈L座地下

BUBBLE TEA

Pátio do Comandante Mata e Oliveira no. 17
Edf. Kam Loi, Bloco L, r/c, Macau

旺記咖啡

澳門氹仔告利雅施利華街60號地下

ESTABELECIMENTO DE BEBIDAS VONG KEI

Rua Correia da Silva no. 60 r/c, Taipa, 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.

