

# 警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

XXX美容

ZZZ美容

不少愛美一族愛光顧美容院，享受護膚減壓療程，不過每年總會有美容院結業或轉手，令消費者以真金白銀購買的美容套票慘變廢紙。即使有其他美容院接收受結業影響的客戶，亦有投訴指在這些美容院使用剩餘療程時，往往需要接受一些較嚴苛的待遇。本會本年度已錄得過百宗涉及美容院結業的投訴，較去年61宗有明顯升幅。



## 美容院結業或轉手 接手新店條件嚴苛惹投訴

### 個案一：聲稱沒有舊客戶一貫使用的美容儀器

林小姐於去年10月花了近\$1萬於A店購買面部美容、排毒療程及紋眼線服務，期間一直順利享用服務。今年9月初，她突然發現店內職員人面全非，制服亦更改了，始知悉A店已被B公司收購。林小姐即時指出尚有約30次療程未做，職員安撫她說不用擔心，新公司會繼續為她提供服務，並出示一張「關心美容計劃」文件，她見文件內容大致講述由新公司繼續履行服務，便簽署作實。

數星期後，林小姐按預約時間抵達B公司接受餘下的服務，職員此時聲稱沒有她以往使用的「排毒機」，推介她轉用其他美容套餐。林小姐眼見新療程約\$6000相當昂貴，不欲再花費，提議如沒有合適儀器，將餘額轉做最普通的美容服務亦可，豈料遭到職員拒絕。幾番爭論下，職員最後建議她支付\$3,056及扣減18次現有療程，以換取魚子再生療程，並揚言若不接受此安排便

無法再為她預約服務，她迫於無奈下只好付款。林小姐回家後，仔細翻看當日簽署的文件，內容寫明「B公司免費為閣下完成A公司未完成的/相似的服務療程（不包括客貨產品）」，她認為B公司出爾反爾，應該免費為她完成餘下療程，於是向本會作出投訴。

### 跟進

林小姐及後通知本會B公司提出退回\$3,056的建議，不過亦表明退款後便不會再為她預約服務，代表她不能再使用於A公司剩下的服務。她認為追討困難，亦不想使用B公司的服務，已同意辦理退款，但慨歎消費者得不到保障。

### 個案二：會員才享優先預約游說付費入會

張小姐今年2月初接獲一則手機短訊，內容為「C美容院荃灣分店已於2015年2月1日改名為D，舊客戶如欲查詢及預約療程，請致電12345678與D公司聯絡」，張小姐看

到短訊後擔心不已，因她幾個月前才於C美容院購買了6次淋巴療程（\$2,388）及50格美容服務（\$5000），至今只用了4次淋巴療程，尚未使用任何「格仔美容服務」。張小姐翌日即前往荃灣分店，看到店名已改為D，職員指C美容院已結業，新公司是以義務形式替舊客戶查詢餘額，亦可協助舊客戶轉用新公司的服務。張小姐登記資料後，職員告知舊客戶可以利用在C美容院未用的餘額轉購D公司的美容服務，價格為\$588一次，她大感詫異，因原先所購買的50次格仔美容服務是\$100一次，變相現時以同一款額只可以做8.5次療程。另外，職員表明公司政策是優先為會員預約，游說她支付\$6,000成為會員，入會後便可用會員優惠價扣減，每次療程最少便宜\$200至\$300。張小姐拒絕入會，當日亦未能與D公司取得共識。

離開後，她隨即前往C美容院位於尖沙咀的分店查詢，可是職員聲稱該分店與荃灣分店已拆伙及即將轉名，拒絕為她提供服務。張小姐認為即使她同意以\$588一

次的價格做療程，亦難以預約，最終亦是浪費時間，決定聯絡本會，要求該公司無條件退回\$5,000療程費用。

## 跟進

張小姐曾自行查核C美容院的商業登記，發現C美容院位於尖沙咀、荃灣及銅鑼灣的三間分店屬同一間公司營運，暫未有資料顯示該些店舖已結束營業，她作出投訴時已告知本會有心理準備入稟小額錢債審裁處追討。本會其後嘗試致電尖沙咀分店作出瞭解，負責職員強調不會退款，但可為張小姐安排美容服務，亦答應提供書面回覆說明日後的服務細節。約兩星期後，本會接獲尖沙咀分店職員通知，聲稱已與張小姐會面並商討和解方案，顧客答應繼續於該店享用服務，張小姐其後亦向本會確認事件已獲得解決。

## 個案三：分店結業始發現美容療程被擅自更改

去年，陳小姐經E美容院張經理強烈游說下，以\$8000購買10次RF機療程及\$2000綜合療程，當日張經理聲稱公司的打印機有問題而未能列印收據，所以開出兩張手寫單據給她。陳小姐眼見單據印有公司名稱，亦有一些條款及需要簽名核實，感到放心，其後亦順利於荔枝角分店完成部分療程。及至今年5月，陳小姐接獲通知荔枝角分店已結業，張經理亦已離職，並會安排她前往同一美容集團旗下的分店繼續療程。陳小姐於是按預約時間前往旺角分店，可是核對資料時竟發現電腦紀錄與她所持的手寫單據內容有很大出入。職員表示只會為她繼續做電腦紀錄內的療程，不會為她做RF機，陳小姐十分氣憤，要求取回電腦紀錄副本。她翻查紀錄時，發現有些療程並非由她簽署購買，她亦從未購買任何美容產品，還有紀錄顯示部分療程於旺角及金鐘分店使用，然而她根本從未前往其他分店。陳小姐認為自己受騙，向本

會投訴，要求公司繼續為她提供RF療程。

## 跟進

本會接獲個案後，聯絡E美容院集團，該公司回覆指懷疑有分店職員涉及不

當行為，已就此事報警，並回覆現階段不適宜跟進個案，只能按電腦紀錄提供服務。

本會向陳小姐轉達有關進展後，亦建議她考慮諮詢獨立法律意見，再決定是否透過民事途徑追討。

## 總結

面對美容院結業或轉手，持有美容套票的消費者確實處於非常不利的位置，一般來說，他們對於新舊公司所謂的「業務轉讓」安排毫不知情，為免剩餘套票完全付諸流水，這批消費者會傾向考慮將服務轉移到接手的美容院。然而，根據本會的投訴個案顯示，新接手的美容院在接收受影響的客戶後，會向他們推銷自己的服務，部分的銷售手法更備受質疑，常見手法包括游說消費者購買新服務及支付昂貴入會費等等。面對接手美容院增設的嚴苛條件，消費者往往進退兩難，一方面想減輕因結業招致的損失，但又覺得新店提出的銷售建議難以接受，然而消費者仍然要深思熟慮才作決定。

此外，即使只是美容院集團旗下的個別分店結業，同樣會為消費者造成不便及有可能衍生其他問題。上述個案揭示了美容集團及其分店於管理及銷售手法上出現問題，直到個別分店結業，才發現有客戶持有的合約與公司電腦紀錄不符的情況。銷售人員理應是代表美容院集團與消費者訂立合約，因此美容院有責任履行合約，不應以電腦紀錄與合約不符，而作為不履行合約的藉口。

## 給消費者的建議

**衡量各種付款方法的利弊：**消費者需瞭解分期付款實為分期攤還費用予已代顧客墊支整筆費用的財務機構，而有關財務機構並不會處理消費者與商戶之間的爭議。消費者簽訂分期計劃協議後，便要履行向財務機構供款的責任，一般情況下是不能隨便終止供款，所以必須事前瞭解分期付款協議的條款及可能出現的風險，例如一旦商戶因任何理由未能提供服務時客戶的還款責任。現時部分信用卡設有拒付安排（Charge-back），如消費者透過信用卡進行一次性付款後，商戶無法提供有關產品或服務，則可要求發卡公司代為向店方之商戶銀行討回支付的款項，當然成功與否受多種實際因素影響，例如是否在規定的期限內作出申請，或者能否提供證據證實商戶違反合約。消費者選擇付款方法時，應作多重考慮，處理金額較高的預繳式交易時更應特別謹慎，以提高保障。

**避免預購過多產品或服務：**本會已多次提醒預繳式消費存在一定的風險，商戶一旦無法提供產品或服務，消費者有機會蒙受損失。因此，消費者訂立預繳式合約前，必須衡量自身經濟能力及實際使用服務的機會率，避免盲目作出大額預繳。消費者亦應留意商戶的營業狀況及定期使用服務，較理想的做法是待服務合約完成後，才考慮購買其他服務，以減少不必要的損失。

**切勿輕信手寫單據或口頭承諾：**消費者必須留意口頭承諾或非正式單據並不可靠，一旦發生爭議，或會出現「口同鼻拗」的情況，因此消費者與商戶訂立預繳式美容服務合約時，應要求發出正式單據，單據應清楚列明所購買的療程項目、次數及金額。此外，消費者應不時查閱美容服務的餘額及有效期，亦可要求商戶提供電腦紀錄副本，以核實是否與銷售內容一致，即使出現差異亦可盡早澄清。