

# 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。

# 銷售輔助學習教材 及服務手法惹關注



學業競爭劇烈，不少家長為提高子女的成績，都會安排子女研習額外學習教材及參加補充課程，尤以提升語文能力方面為甚。因應這需求，補充教材和課程的市場出現不同形式的促銷活動，當中有涉嫌誤導消費者或使用其他不當的銷售手法；趁着新學年開始不久，本會特此提醒各家長在選擇學習教材時須當謹慎，免遭損失。



## 個案一：「填色比賽」實為銷售伎倆

陳太的女兒於學校取得填色比賽表格，遞交作品後不久，陳太便接獲電話通知女兒獲頒證書及有獎品。她倆應邀抵達A公司，職員先為女兒進行免費語文能力評估，結果反映其英文能力較弱。職員並向陳太展示全港學校排名，指女兒就讀的學校排名不高，如不提升英語水平恐難與人競爭，職員隨即介紹一套約值\$20,000的英語教材，聲稱該套教材涵蓋3間出版社的課本內容，足以應付任何一間學校的考試及面試，有需要時職員亦可充當「導師」，必有助女兒學好英語。陳太環顧公司四周均張貼了家長給予的「好評」，答允購買，但她只有提款卡，職員於是影印了她的提款卡及身份證，並指示她在辦理分期付款的文件上簽名，更提醒她交回家長意見表，可獲贈超市禮券。

陳太接獲教材後，向學校老師查詢，老師表示該套教材實則只包括一些圖書、學習卡及翻譯筆，成效未必如她所預期般好，而她亦發現翻譯筆未能如示範時將全文翻譯出來。陳太對此甚為不滿，向本會作出投訴及要求取消交易，此外，她亦向本會反映填色比賽不應隱藏推銷目的，公司亦不應以禮券吸引家長填寫「好評」，令她誤以為產品如此受歡迎。

## 跟進

本會積極與A公司職員進行交涉，惟其負責人拒絕退款，亦不認為其銷售手法有任

何不妥，強調職員取得客戶同意才進行交易及辦理分期手續。另外，公司指翻譯筆享有兩年保養，如操作上有問題亦樂意提供協助。陳太獲悉公司的立場後，表示會考慮透過民事途徑追討有關款項。

## 個案二：上門「家訪」借勢推銷功課支援熱線

徐太指早前有一名女士上門詢問她是否某中學的家長，更即時說出兒子的名字及就讀班別，聲稱正進行一項學業問卷調查。徐太一心以為是學校「家訪」，便按的要求講述兒子的各科成績，並向對方訴說兒子升中後讀書感到吃力，身為家長亦因學歷不高無法從旁協助，坦然感到擔憂。此時對方即詢問她可知道坊間一些功課支援服務，更指服務適合其兒子，隨即出示一份印有B公司名稱的文件叫她簽名登記。

徐太指對方沒有具體解釋服務內容，只叫她像往日簽署回條一樣簽名即可，她見單據印着的名稱似是福利機構，便不以為意，豈料簽名後對方竟要求收取服務費，更稱費用已是「公屋優惠」，較光顧補習社便宜，她難抵催促及本着為兒子着想，最後支付費用\$4,500。她當晚與兒子談起此事，兒子卻指老師從未提及「家訪」及有關服務，況且「打電話問功課」對他幫助不大。徐太頓起疑心向學校查詢，校方告知如

安排家訪一般會預先通知，絕不會委派補習公司找家長。除太嘗試撥打單據上的數個電話號碼，一律沒人接聽，只能留言，無奈之下她唯有向本會求助。

## 跟進

本會一直未能與B公司負責人直接商討個案，只接獲公司覆函回應，指員工一向遵從嚴格銷售指引，堅持銷售內容沒有不實的地方，拒絕退款。本會轉達有關回應後，未有接獲除太通知要求再作進一步跟進。

## 個案三：「回條」列明可獲獎學金事實並非保證

張先生為就讀小學的兒子檢查功課及簽署回條時，發現當中一份回條是關於購買英語網上學習課程，內容大致講述課程有助提升英語能力及有\$300獎學金。他見課程價格合理(\$496)，亦相信課程是得到校方認可，於是便簽署同意，及將購買課程、抬頭寫着C公司的支票交予兒子帶回學校。

兩星期後，他協助兒子進行網上登記，卻發現C公司網頁寫上「因預期登記人數眾多」，獎學金會以先到先得形式處理，即表示未必所有登記參加者均可獲得獎學金。張先生認為臨時更改安排的做法對消費者不公平，於是發出電郵向C公司投訴，其後亦聯絡本會。張先生指「回條」以清晰

字眼列出只須登記閱讀獎勵計劃及借閱10本校內英文圖書「即可獲獎學金\$300」，然而事實卻非如此。他表示兒子尚未開始使用該網上課程，故要求全數退款。

### 跟進

本會開立個案後隨即接獲張先生的通知，表示C公司已承諾全數退款，毋須再作調停。

### 總結

家長重視子女的學業是理所當然的事，然而不當商戶正正利用這種心態，進行有問題的促銷活動，例如於銷售過程中強調學校排名及子女的成績，令家長擔心子女的學業競爭能力，並且透過一些舉動和說話，使家長以為推銷項目由校方推薦，或與學校成績及升學掛鉤，從而使家長產生一種「非買不可」的購買衝動，結果忽略了仔細考慮產品的質素，及是否適合子女的學習模式等問題。上述個案正好說明，家長接觸學習教材或課程時應當特別小心，以防因一些不當促銷手法，導致家長對子女的關愛和期望的情緒，蓋過對產品質素、效能及適用性等實際問題的理性考慮。

### 學校

上述個案投訴人所提供的資料，當中有涉及學校，當然它們在事件中的角色未盡清晰，無論如何，基於家長對校方的信賴，如學校建議或介紹學生購買補充或輔助教材，可能給家長一個印象，認為產品得到校方認可，及/或對學生的學習是必須的。本會認為學校宜謹慎處理並非由學校印製，但於校內派發的表格或單張（如個案中的填色比賽），應留意其內容是否清晰無誤及會否隱藏商業目的，以免引起家長誤會。

另外，教育局表示有訂立關於學校處理商業活動的指引，學校如有需要為學生選用輔助學習教材或服務，應以公平、開放的形式甄選供應商，並確保所選產品的品質、價錢和安全性。校方應在甄選程序後，透過正規途徑通知家長，本會認為較理想的做法是以學校名義發出通告，說明產品與學生學習的關聯性和必要性，以及家長有權選擇是否購買。

### 家長

**提防不明來歷的推銷：**家長如遇到有人上門或以其他形式，推銷聲稱與學校學習或提升學業成績有關的產品或服務，務必格外小心，不應即時作出購買決定；家長應先向子女就讀的學校瞭解，透過家校合作，防止被不當商戶誤導。本會重申商戶如於銷售過程中有誤導、失實陳述或隱瞞重要資料（包括商業意

圖）的情況，有機會觸犯《商品說明條例》。

**按實際學習所需作選擇：**輔助式教材及課程一般主張自主自學，家長決定購買前，應認真考慮子女的學習需要及時間分配，並向老師或有經驗人士查詢該些項目的實用性，避免誤選不合適的產品或服務，或因購買過量課外補充，未能安排時間使用而造成浪費。

**勿受「限時優惠」等招徠而急於決定：**部分輔助教材或服務收費並不便宜，動輒數千甚至過萬元，當消費者猶豫未決時，推銷員或會以「限時優惠」「不容錯失」等推銷用語作招徠，吸引消費者即時下決定。家長須明白產品或服務是否適合子女學習所需才最重要，單憑推銷員的「片面之詞」而被催促下決定，往往是不可靠的。

**留意提供個人資料的風險：**上述個案二可能涉及不當使用個人資料，消費者切勿在不必要的情況下提供個人資料，填寫一些包含個人資料的文件，例如問卷或比賽表格，須小心閱讀有關個人資料收集、使用和轉移（如用作促銷）的條文，按自己意願決定是否同意或接納。根據《個人資料(私隱)條例》，商號收集客戶個人資料時，必須向客戶提供「收集個人資料聲明」，而該聲明亦必須符合上述《條例》的要求，向客戶列明有關資料的使用目的及會轉移予何等人士。如商號打算使用有關資料作直接促銷，事先必須獲得當事人的同意。如消費者對收集個人資料有疑問，亦可向個人資料私隱專員公署作進一步瞭解，熱線2827 2827。

