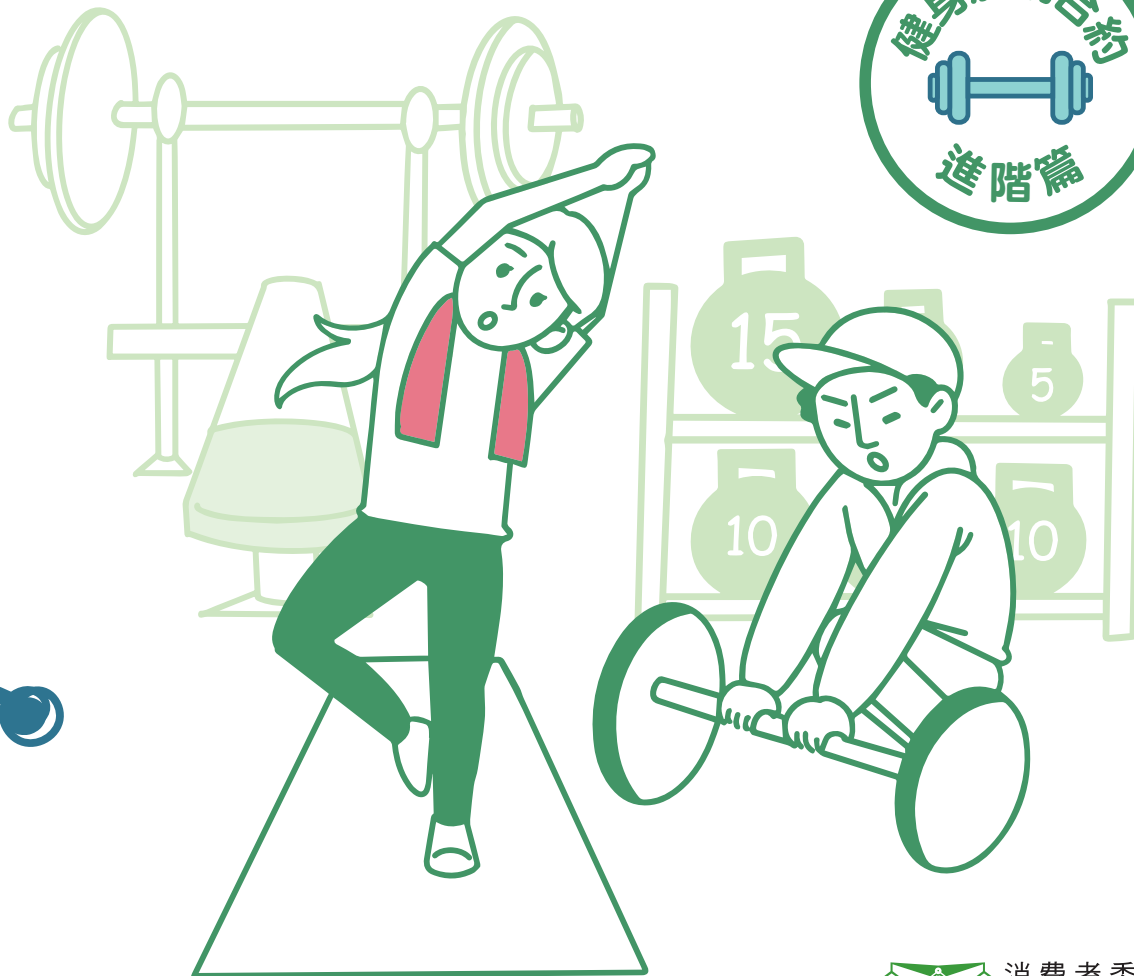


支援一般精神障礙消費者 提升自我保護能力

社會 / 教育工作者資源手冊



消費者委員會
CONSUMER COUNCIL

支援一般精神障礙消費者 提升自我保護能力

社會 / 教育工作者資源手冊



目錄

背景	05
資源手冊介紹	05
使用指南	06

第一章【知識篇】

1.1 消費者的權利與責任	07
1.2 認識健身服務計劃	09
1.3 商品說明條例——不良營商手法	11
1.4 不合情理合約條例	13
1.5 健身中心合約所訂立的冷靜期條款	14

第二章【個案剖析篇】

2.1 投訴個案剖析	15
個案撮要	16
個案跟進	18

第三章 【實戰篇】

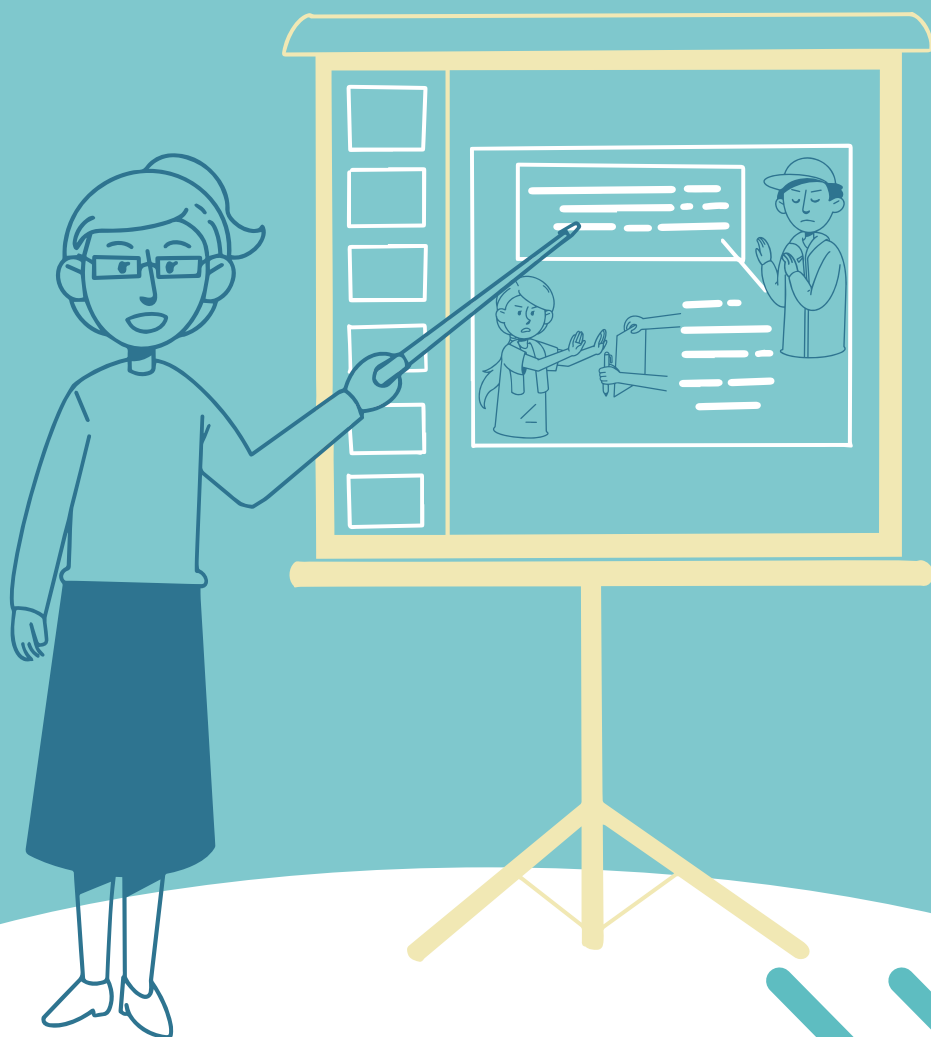
3.1 工作坊介紹	19
3.2 第一部分：工作坊目標及流程	20
3.3 第二部分：認識健身陷阱	
熱身活動：「小心中伏」	20
活動一：「銷售四部曲之陷阱你要知」	22
活動二：「保護自己，堅決Say NO！」	30
3.4 第三部分：擊退健身陷阱	
回顧第一節工作坊內容	34
活動三：「擊退銷售陷阱」	34
3.5 第四部分：總結	38

第四章 【資源篇】

4.1 導師備忘錄	41
4.2 輕鬆生活知多D	42
4.3 申請導師培訓講座	45
4.4 索取工作坊簡報及紀念品	45
4.5 投訴渠道	45
4.6 實用網站	46
4.7 附錄	
一. 工作坊成效評估問卷	47
二. 工作坊活動二：短片文字稿	48
鳴謝	52

第一章

【知識篇】





保護自己
堅決 Say NO!

背景

近年消費者委員會（下稱「消委會」）所接獲的投訴個案中，不少涉及健身中心以抽獎、免費試玩、做問卷作招徠，利誘消費者前往健身中心，然後「疲勞轟炸式」游說消費者購買健身會籍及私人教練課堂，當中包括一般精神障礙消費者¹（下稱「目標對象」）被誘騙簽下多個預繳式服務合約，令其蒙受重大金錢損失及精神壓力。

資源手冊介紹

有見及此，消委會遂製作此資源手冊，協助服務一般精神障礙消費者的社會² / 教育工作者（下稱「導師」）了解部分健身中心的不良營商手法，並鼓勵他們運用此手冊為目標對象舉辦「提升消費者自我保護能力」工作坊；從而教導目標對象提高警覺及擊退常見銷售陷阱，果斷說不。此資源手冊亦是「支援自閉症譜系障礙消費者提升自我保護能力—社會 / 教育工作者資源手冊（健身服務合約篇）」的進階篇，加入目標對象購買健身服務計劃的注意事項及健康生活錦囊，提醒他們小心選購健身服務，及鼓勵他們計劃和實踐健康生活方式。



¹ 根據《香港精神健康調查2010-2013》，年齡介乎16至75歲的華裔成人當中，一般精神病的患病率為13.3%。最常見的精神病是混合焦慮抑鬱症(6.9%)，其次是廣泛性焦慮症(4.2%)、抑鬱症(2.9%)及其他類型的焦慮症，包括驚恐症、各類恐懼症和強迫症(1.5%)。

² 除專業社工外，亦歡迎康復服務從業員參閱本資源手冊。

使用指南

第一章：「知識篇」簡介消費者應有的權利與責任，以及消費者保障法例，藉此讓導師了解部分健身中心的不當銷售行為，如何涉嫌觸犯法例和損害消費者的權益。一旦目標對象遇上類似銷售陷阱時，導師亦能迅速為其提供協助或尋求進一步的指引，如協助家長／照顧者向消委會求助。此章同時簡單介紹健身服務計劃，讓導師對相關行業服務有初步認識。倘若目標對象想選購健身服務計劃時，導師也能給予初步建議。

第二章：「個案剖析篇」闡述個案短片及工作坊中使用的真實投訴個案，並分享消委會如何處理相關投訴，供導師參考。

第三章：「實戰篇」提供工作坊的建議活動，當中加入「體驗式」學習元素，包括觀看個案重演短片、反思活動、遊戲及角色扮演，讓目標對象循序漸進地認識部分健身中心的不良銷售手法，協助他們擊退有關銷售陷阱。工作坊舉行期間，導師亦可與目標對象分享有關選購健身服務計劃時要注意的地方，以及介紹健康生活錦囊，全方位協助他們身心皆健康地生活。

第四章：「資源篇」提供相關活動教材及參考資料，以便導師為目標對象舉辦工作坊。



至於家長／照顧者作為目標對象的重要支援者，亦不妨參考此資源手冊，並出席由消委會或機構舉辦的培訓講座或工作坊，攜手支援目標對象提升其自我保護能力。

此資源手冊的全部內容（包括工作坊所需教材）已上載於消委會專頁：

www.consumer.org.hk/snp，歡迎瀏覽／下載。



溫馨提示

導師可於線上版資源手冊內標示的位置點擊圖案，包括：短片（圖示）、資料及附件（圖示），以瀏覽相關內容。

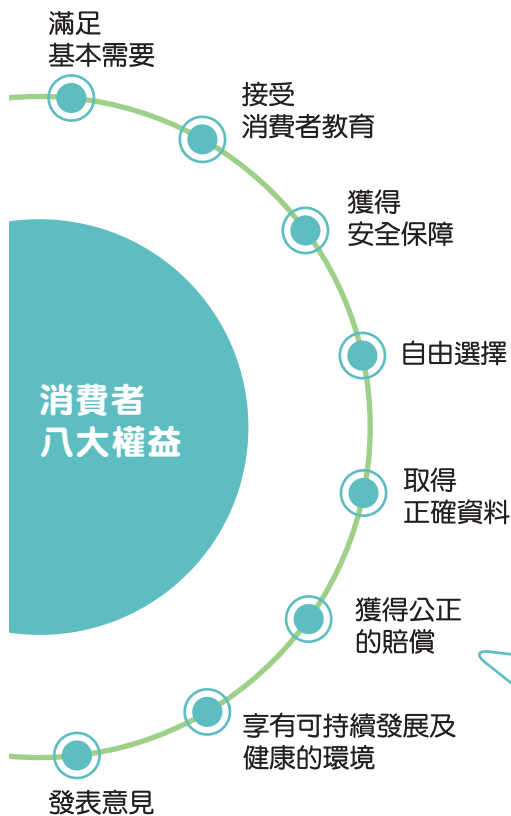


第一章 【知識篇】

1.1 消費者的權利與責任

消費者的權利

消委會制訂的《消費者權利和責任指引》，指出消費者擁有八項基本權利：



消費者購買預繳式服務合約擁有**獲得安全保障的權利**：確保消費者購得的服務對健康或生命不會構成危害，個人資料及私隱應備受尊重及保障。

消費者擁有**自由選擇的權利**：消費者能夠有多類服務供選擇，而它們的價格水平具競爭力，服務質素亦有保證。

消費者有取得**正確資料的權利**：消費者要有充足及可信賴的資訊，從而讓他們作出明智的選擇，以免他們受到不誠實或誤導廣告和標籤的欺騙。

消費者也有獲得**公正賠償的權利**：就誤導、劣質產品或不滿意的服務，獲得公正的賠償。本港的《商品說明條例》將五項不良營商手法及虛假商品說明納入規管，加強對消費者的保障，消費者**若遇到不良營商手法**時，應該**向海關舉報**，同時亦可**向消委會作出投訴，追討損失**，消委會會以調停人的身份，協助商戶及投訴人調解糾紛。（詳情可參閱本章1.3段）



知多一點點

導師可參閱由消委會制訂的《消費者權利和責任指引》原文。



消費者的責任

消費者在享有上述權利的同時，也應在履行其選擇及消費過程中採取理性的行為，負起合理的責任，此部分重點列出消費者在購買合約前和後的責任。

購買前

- 確定購買「需要」，避免作出**草率或衝動的交易決定**。
- 搜集服務資料，參考**用家經驗**及比較**不同商店的價格和收費模式**。
- 衡量自己的**負擔能力**。
- 如對**價格有疑問**或認為價格有**異於正常的水平**，消費者應即向經營者查詢。若仍有**懷疑，便不宜購買**。
- 簽署合約前，消費者應**仔細閱讀合約內容**。若不明白合約的條款，應向**家人/照顧者/導師尋求協助**。
- 留意合約是否有「**冷靜期**」（需要時可行使這權利）。

購買後

- 分期付款購買產品，須**依時供款**直至清付為止。
- 消費者發現所**購買的產品和服務有問題**可作出投訴：
 - ◎ 消費者若**遇到不公平的交易**，例如貨不對辦、逾期收貨、對服務不滿等，經與店方交涉不果，便**可考慮向消委會投訴**。若部分投訴個案屬於其他政府部門或專業團體之處理範圍，可**親自向有關部門投訴**。
 - ◎ 要保留有關**收據、合約、各宣傳資料的正副本**，作為支持投訴或未來行動之用。
 - ◎ 消費者要**如實陳述有關投訴**，避免誇大或隱瞞相關事實。

不能衝動
購買



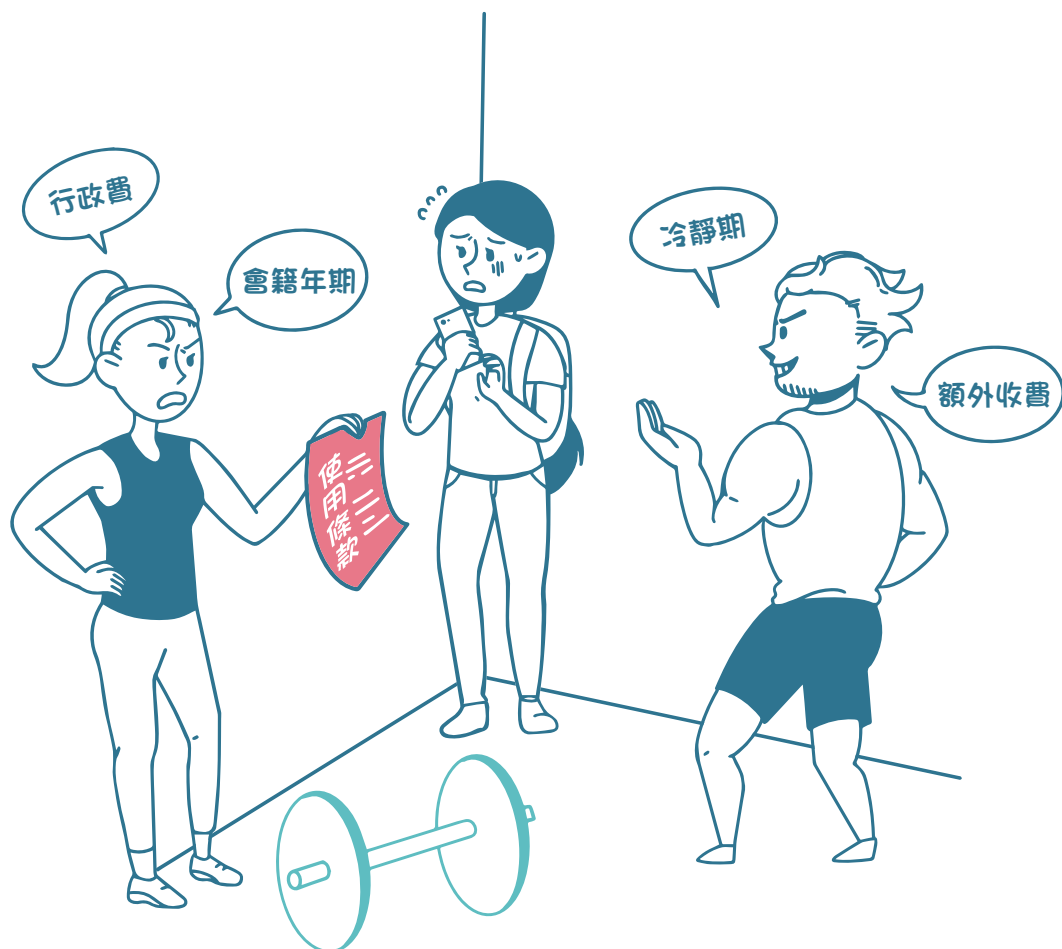
延伸活動

如有需要，導師可聯絡消委會消費者教育部，為目標對象舉辦有關「消費者權利與責任」的講座，以提醒他們避免簽下沒有需要的預繳式服務合約。

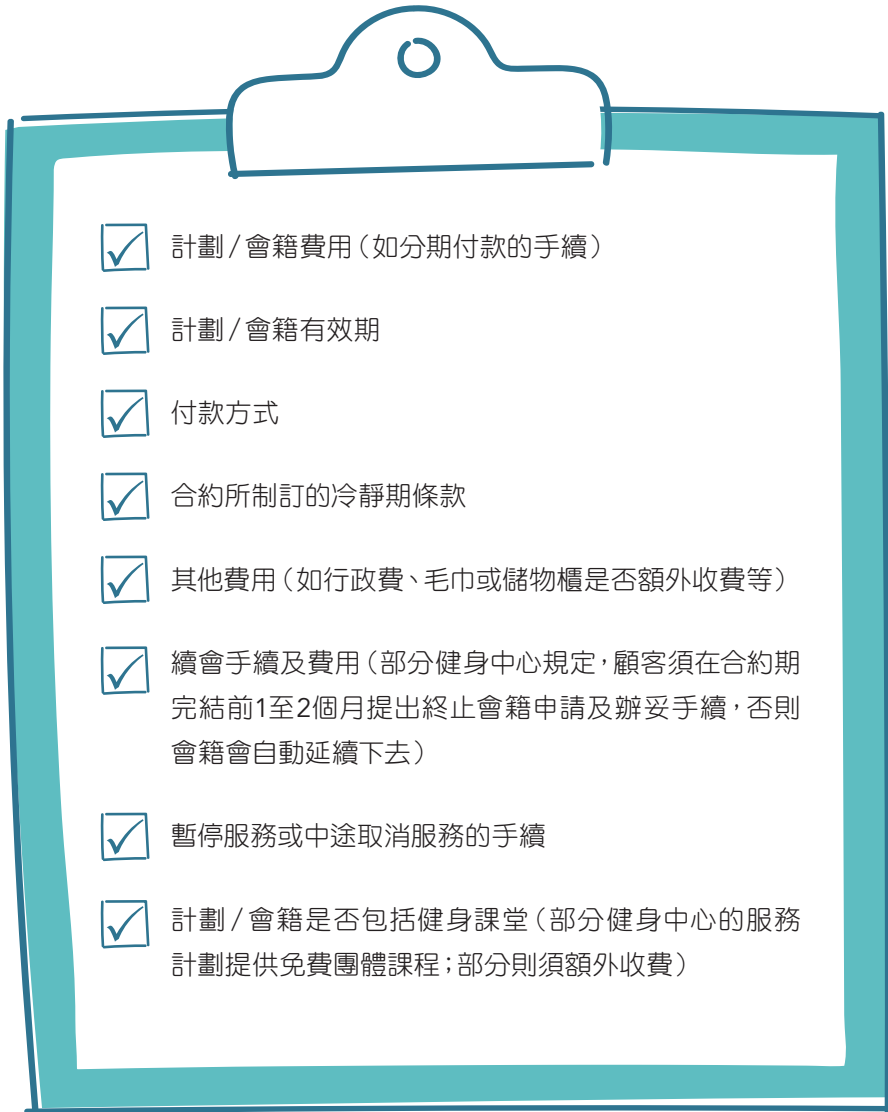
1.2 認識健身服務計劃

健身中心的收費模式林林總總，有預繳式收費、按月收費、逐次收費等，但仍以預繳式為主要收費模式。一般健身中心都要求消費者須一次過預繳服務計劃費用，並簽下合約，計劃有效期普遍為1至5年不等，部分健身中心服務計劃有效期甚至高達10至15年。

大部分健身中心透過其網頁或職員在街道推銷時，聲稱提供免費試玩以吸引消費者。試玩期間，健身中心職員會積極推銷不同計劃，務求令消費者簽約購買。消委會建議導師提醒目標對象，若想去健身中心健身，要小心衡量自身財務狀況及經濟能力。目標對象可先與家人／照顧者一起商量，搜集不同計劃的資料，參考用家經驗及比較不同商店的價格，及邀請家人／照顧者／導師陪同前往健身中心，切勿獨自或跟隨銷售人員進入健身中心和簽署任何計劃。



各健身中心服務計劃的使用條款不一，消委會也建議導師提醒目標對象，若在健身中心選購服務計劃時，務必注意及細心閱讀各條款細則，確保充分了解計劃及合約詳情細節後才簽約及付款，特別是以下幾項，若有懷疑，就不要急於簽約，避免招致損失。



目標對象亦可與家人/照顧者一起商量，考慮到毋須預繳簽約的健身中心選購服務，目標對象可按月或逐次繳付費用，宜參觀不同的中心作出比較，再作選擇。

1.3 商品說明條例——不良營商手法

《商品說明條例》(第362章)列明禁止商戶對消費者作出某些不良營商手法。部分健身中心採用的不良營商手法層出不窮,以下是較常見的手法及相關個案例子:

不良營商手法

誤導性遺漏



例子

若商戶向消費者作出的營業行為**遺漏或隱藏重要資料,或以不明確、難以理解、含糊或不適時的方式提供重要資料,或未能表露其商業用意**(除非在相關情況下,其商業用意已經明顯),因而導致或相當可能導致一般消費者作出假如該消費者沒有接觸該營業行為,便不會作出的交易決定,則該營業行為即屬誤導性遺漏。

19歲受害人於街頭被健身教練以參觀及免費試玩吸引前往健身中心。教練指出受害人有嚴重寒背及體脂過高的問題,亟需改善。一名健身中心的經理其後吩咐健身教練和受害人一起進入房間,要求受害人先簽署一份合約,然後才可試玩。簽名後,經理才在該合約上填上銀碼,並說簽了名便要付錢。經理刻意隱藏重要資料,沒有在受害人簽署合約前告知合約所涉金額,經理此舉可被視為誤導性遺漏。

其他相關個案例子:



短片



第二宗罪：
誤導性遺漏



漫畫



延伸活動

如有需要,導師可聯絡消委會消費者教育部,為目標對象舉辦有關《商品說明條例》的講座,以加深他們對不良營商手法的認識。

不良營商手法

具威嚇性的營業行為

例子

若商戶對消費者作出的營業行為通過**使用騷擾、威迫手段或施加不當影響**，在相當程度上損害或相當可能在相當程度上**損害一般消費者就有關產品在選擇及行為方面的自由**，並因而導致或相當可能導致該消費者作出假如該消費者沒有接觸該營業行為，便不會作出的交易決定，則該營業行為即屬具威嚇性的營業行為。

受害人患有精神病，長期依賴藥物控制病情。某日於街頭被職員以免費贈品吸引往健身中心，當場在五、六名職員輪流游說下，簽下三份分別為健身會籍及私人教練合約，共花費6萬多元。過程中，受害人的身份證及信用卡一直被職員扣留，並被帶到健身中心多處地點進行各種測試及拍攝，由於受到藥物影響，受害人未能即時拒絕這種高壓推銷行為。職員通過使用威迫手段，向受害人施加不當影響，損害受害人選擇及行為方面自由，職員此舉可被視為向受害人作出具威嚇性的營業行為。

其他相關個案例子：



短片



第三宗罪：
具威嚇性的營業行為



漫畫



知多一點點

其他被禁止的不良營商手法還包括「餌誘式廣告宣傳」、「先誘後轉銷售行為」，以及「不當地接受付款」。導師可瀏覽消委會網頁，全面認識所有不良營商手法的定義、例子短片及漫畫。



1.4 不合情理合約條例

本條例旨在授權法庭就某些經裁定屬不合情理的合約給予濟助。法庭在決定某合約或其中部分在立約時的情況下是否屬不合情理時，可考慮但不限於以下事項：

- 一. 消費者與另一方之間**議價地位的相對實力**；
- 二. 是否由於另一方所作出的行為，以致消費者須遵守一些條件，而那些條件對於保障另一方的合法權益而言，按理並非必要；
- 三. 消費者是否**能夠明白與提供貨品或服務或可能提供貨品或服務有關的任何文件**；
- 四. 有關提供貨品或服務或可能提供貨品或服務方面，另一方或代表另一方行事的人，**有否對消費者或代表消費者行事的人施加不當的影響或壓力**，或運用任何不公平的手法；及
- 五. 消費者**可向另一方以外的人獲得相同或同等貨品或服務**的情況及所需付的款額。



知多一點點

導師可閱覽《不合情理合約條例》原文，以加深對相關法例的認識。



1.5 健身中心合約所訂立的冷靜期條款

冷靜期法例雖尚待審議及通過，惟不少健身中心已在合約加入三至七日冷靜期條款。本部分旨在讓導師初步認識冷靜期的概念，並透過工作坊提醒目標對象簽約時必須仔細閱讀服務合約條款。

冷靜期是一種保障消費者的工具，在買賣雙方簽訂合約後，讓消費者在一段合理時間內不需要證明商戶曾作出不當銷售行為而有權取消合約及獲得退款。冷靜期不但能保障消費者權益，也能間接減低商戶或相關從業員採用不良和高壓推銷手法的誘因。



溫馨提示

消委會鼓勵導師提醒目標對象，若健身服務合約設有冷靜期條款，須注意以下事項：

- 切勿收取禮物（如迎新禮物毛巾）；簽約後也別立即使用健身服務或觸碰器械，以免失去行使冷靜期的權利。
- 留意冷靜期時限，部分健身中心或會以不同藉口/手法，聲稱冷靜期已過期或失效。
- 簽約後可於指定時間內申請退款，相關健身中心一般會在條款內訂明如要求行使冷靜期，就須收取行政費，一般健身中心會扣除入會費及行政費才將餘額退回給顧客，行政費用一般是合約價值的百分之二至八，亦有機會高達百分之三十。
- 若不明白相關條款，應向家人/照顧者/導師尋求協助。



知多一點點

1. 一般於合約中描述冷靜期條款的範文參考

「會員有權於本合約簽署後的七天購買冷靜期內以書面形式要求本公司終止本合約下的會籍，而本公司須於收到有關上述書面終止通知的七天內把所有已減去行政費的款項退還會員。倘會員於七天購買冷靜期前或內曾經參加任何於本合約下所涵蓋的課程及/或訓練課堂或使用任何於本公司及/或任何該等集團公司營運的中心所提供的服務、設施及/或設備，則會員不可終止本合約下的會籍，亦不會作任何退款安排。」

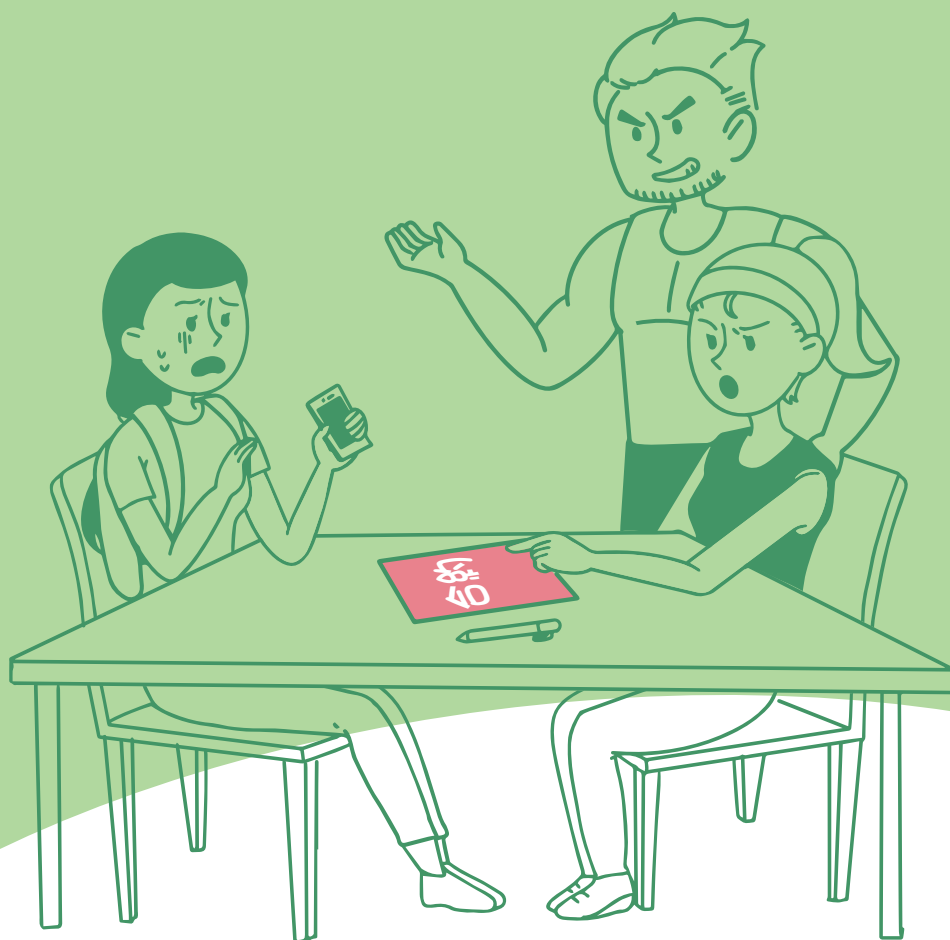
2. 冷靜期研究報告

消委會就冷靜期進行了深入研究和討論，導師可參閱《倡議設立強制性冷靜期的研究報告》，認識冷靜期的重要性。



第二章

【個案剖析篇】



第二章

【個案剖析篇】

2.1 投訴個案剖析

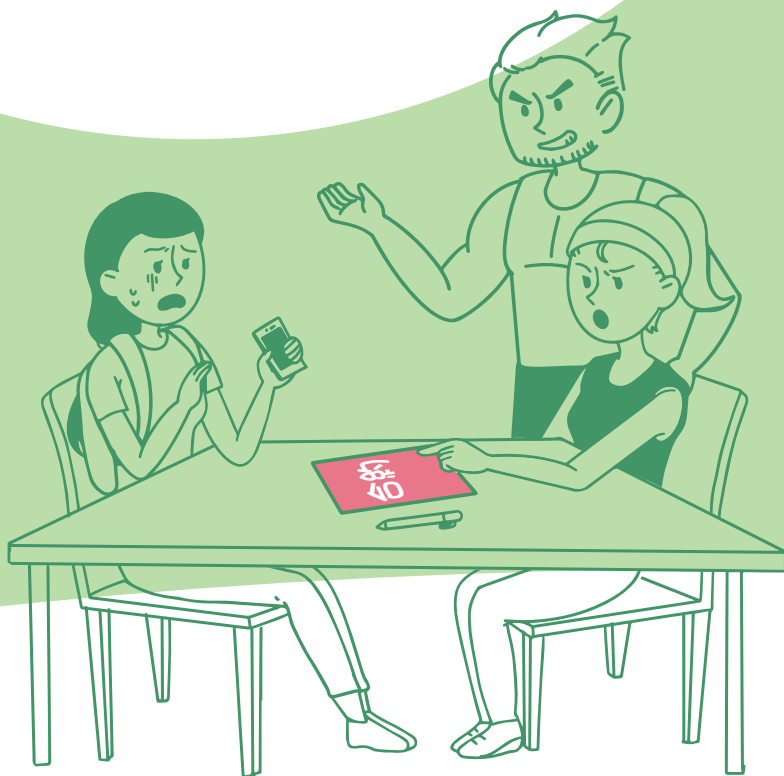
本章闡述消委會如何處理一宗涉及健身中心職員，懷疑向一般精神障礙人士作出不當影響，以令他們購買健身會籍及大量健身課堂的投訴個案。為保障相關人士的私隱，個案部分內容已被改編。導師可先閱讀個案撮要，了解投訴個案的詳情，然後翻到第30頁的工作坊活動二「保護自己，堅決 Say NO!」，配合此投訴個案與參加者進行反思活動。



個案撮要

18歲的女當事人於街頭被男健身教練以參觀及免費試玩吸引前往健身中心。男教練以不友善的態度詢問當事人的家庭及個人經濟狀況。男教練其後要求當事人先簽署多份文件，一名女教練隨後出現向她解釋文件內容，她才醒覺剛才所簽的多份文件原來是價值14,500元的三年健身會籍合約。當事人希望問准母親才作決定，惟女教練大聲回應說：「為甚麼你那麼慌張？還要問准母親？你已經18歲了，你已簽了合約，別想毀約啊！」當事人聽後十分緊張，並表示自己已沒有錢。男教練隨即關心當事人，取消她剛才所簽的合約，並游說她購買價值12,500元的會籍及十節健身教練課堂，總值2萬元。男教練最後為當事人安排12個月信用卡分期付款，解釋這樣便不用一次過繳付那麼多錢。

當事人之後到健身中心，男教練再次游說她購買健身教練課堂，並聲稱可以繼續協助當事人變得更健美。當事人最終購買了價值3千元的健身教練課堂。課堂進行期間，男教練指出當事人需要強化肌肉，游說她額外購買價值3千元的課堂，當事人再次答應。



健身中心



當事人再到健身中心。由於男教練放假，故課堂改由女教練執教。上課時，女教練指出當事人的肌肉有問題，須由專責紓緩肌肉不適的教練來處理，於是游說她報讀額外課堂。當事人起初拒絕，女教練不甚友善地表示四節價值3千元的課堂已很便宜，着當事人不要想太多。在焦慮和處於兩難情況下，加上教練極力游說，當事人最終再付了3千元報名參加該課堂。付款手續完成後，女教練隨即要求當事人上課並使用健身器械，紓緩肌肉。

翌日，當事人與母親到健身中心，要求健身中心終止有關紓緩肌肉的四節課堂合約。母親向女教練表示，合約列明會員有權在合約簽署後的七天購買冷靜期內，以書面形式要求公司終止這一份合約。惟女教練指出當事人已經上課，使用了健身中心設備，冷靜期條款經已失效，不能取消。當事人與母親事後認為健身中心的銷售手法拙劣，遂向消委會尋求協助及作出投訴，追討合共29,000元的費用。

個案跟進

消委會在調停過程中，再三提醒肇事健身中心有關當事人的病況，並獲當事人同意將詳細的診症報告傳送給肇事健身中心。當事人的主診醫生亦再發信函，重申當事人的病況，並表示當事人因會籍問題令焦慮症的徵狀更嚴重，精神不穩，不宜再前往肇事健身中心接受訓練。該肇事健身中心最終取消當事人的會籍及所有教練課堂，並退還所有費用。

事實上，肇事健身中心以多種不良銷售手法，包括利誘消費者光顧、長時間高壓硬銷昂貴會籍、扣押身份證及信用卡、誤導消費者設有合約冷靜期及可安排分期付款等，令消費者蒙受重大金錢損失和精神壓力。消委會多次與該商戶交涉，對方均採取不合作態度，亦無改善服務的跡象。消委會其後持續接獲類似投訴個案，行為愈趨猖獗。消委會認為情況嚴重，決定公開該健身中心的商號，予以嚴厲譴責。



第三章

【實戰篇】



第三章

【實戰篇】



溫馨提示

請導師謹記參閱第41頁的「導師備忘錄」，為工作坊作好準備。

3.1 互作坊介紹

資源手冊「實戰篇」提供活動方案，協助導師向目標對象舉辦「提升消費者自我保護能力」工作坊，工作坊包括以下四個部分：

- ▶ 第一部分（資源手冊3.2）：工作坊目標及流程
- ▶ 第二部分（資源手冊3.3）：「認識健身陷阱」
- ▶ 第三部分（資源手冊3.4）：「擊退健身陷阱」
- ▶ 第四部分（資源手冊3.5）：總結

整個工作坊約需2小時30分鐘完成。鑒於每位目標對象的專注度及能力或有差異，導師可按需要將工作坊分拆為兩節，每節約需1小時15分鐘：

提升消費者自我保護能力工作坊		
教材部分	第一節流程	時間
第一、二部分	工作坊目標及流程	2 分鐘
	熱身活動：「小心中伏」	8 分鐘
	活動一：「銷售四部曲之陷阱你要知」	30 分鐘
	活動二：「保護自己，堅決 Say NO！」	35 分鐘
	合共時數	1 小時 15 分鐘
教材部分	第二節流程	時間
第三、四部分	回顧第一節工作坊內容	5 分鐘
	活動三：「擊退銷售陷阱」	35 分鐘
	總結	35 分鐘
	合共時數	1 小時 15 分鐘

導師可因應情況，調整工作坊的時間及內容。

3.2 第一部分：工作坊目標及流程



導師首先向參加者講解工作坊目標：

- 透過展示真實投訴個案和常見的健身中心銷售陷阱，讓參加者認識有關不良營商手法，並學習如何擊退銷售陷阱，堅決不要獨自或跟隨銷售人員進入健身中心，並在安全情況下果斷拒絕簽約；
- 提醒參加者若遇到健身中心的不良營商手法時，謹記要告知家人／照顧者／導師，並尋求協助；及
- 提醒參加者認識購買健身服務計劃的注意事項，及向他們分享健康生活錦囊，鼓勵他們計劃並實踐健康生活模式。

3.3 第二部分：認識健身陷阱

熱身活動：「小心中伏」




活動物資：PowerPoint（簡報）及短片

活動所需時間：約8分鐘

活動目的：旨在讓參加者明白被迫購買健身服務合約後所承受的後果，提醒他們小心銷售陷阱。

活動流程：

1. 導師以問答形式調查參加者購買健身中心服務合約的經驗：
 - ▶ 曾否到訪私人健身中心？
 - ▶ 曾否簽署健身中心服務合約？
 - ▶ 有否聽過部分健身中心的「不良營商手法」及「合約冷靜期」？
2. 導師指出部分健身中心利用不同銷售手法迫使消費者購買合約，令消費者後悔不已，接著播放短片 ，然後邀請參加者分享對以下問題的看法：
 - ▶ 若參加者是當事人，不情願地購買了港幣48,000元的健身會籍，須承受甚麼後果？

短片簡介

短片中，健身中心以虛假商品說明及具威嚇性的營業行為迫使消費者不情願下購買港幣48,000元的健身會籍。



3. 播放短片，參加者初步回應後，導師可透過PowerPoint（簡報）指出後果。



4. 導師總結時可指出，消費者簽下沒有需要的健身服務合約或須承受以上嚴重後果。因此，參加者要認識部分健身中心的銷售陷阱，並懂得將之擊退，避免因簽下沒有需要的健身服務合約而蒙受損失。



溫馨提示

導師記錄參加者對部分健身中心的不良營商手法及冷靜期的現有認知，以便將來就參加者完成工作坊的學習成效作前後對比分析。詳情請參閱「導師備忘錄」（第41頁）。

活動一：「銷售四部曲之陷阱你要知」

活動物資：PowerPoint（簡報）、短片及「銷售陷阱卡」



活動所需時間：約30分鐘

活動目的：旨在讓參加者透過觀看不同短片，認識健身中心銷售步驟四部曲，以及消費者最常遇到的十個銷售陷阱。

活動流程：

1. 導師先按參加者人數多寡決定以分組或個人形式進行此活動，將十張「銷售陷阱卡」盡量平均分配予每組/位參加者。每張「銷售陷阱卡」上載有銷售步驟四部曲其中一項常見銷售陷阱。
2. 導師透過PowerPoint（簡報）播放及適時暫停短片，逐一介紹銷售步驟四部曲及相關陷阱。導師每當談及其中一項陷阱時，邀請持有相應「銷售陷阱卡」的參加者舉起該卡並讀出卡上內容，加深參加者對各個銷售陷阱的印象。
3. 導師提醒參加者四部曲中的十個銷售陷阱僅為最常見的例子，由於健身中心銷售手法層出不窮，故此參加者要提高警覺，於工作坊第二節時，留心學習如何擊退所有銷售陷阱。此外，導師可按參加者反應與之分享「導師備註」的部分，並作進一步闡釋。

角色介紹：

為讓參加者更易代入各銷售陷阱的處境，第23-29頁中所載內容的相關活動簡報加入動物插圖，導師可先向參加者介紹有關角色。



健身中心男職員



目標對象



健身中心女職員

第一部曲



保護自己
堅決 Say NO!

職員在街道上招攬

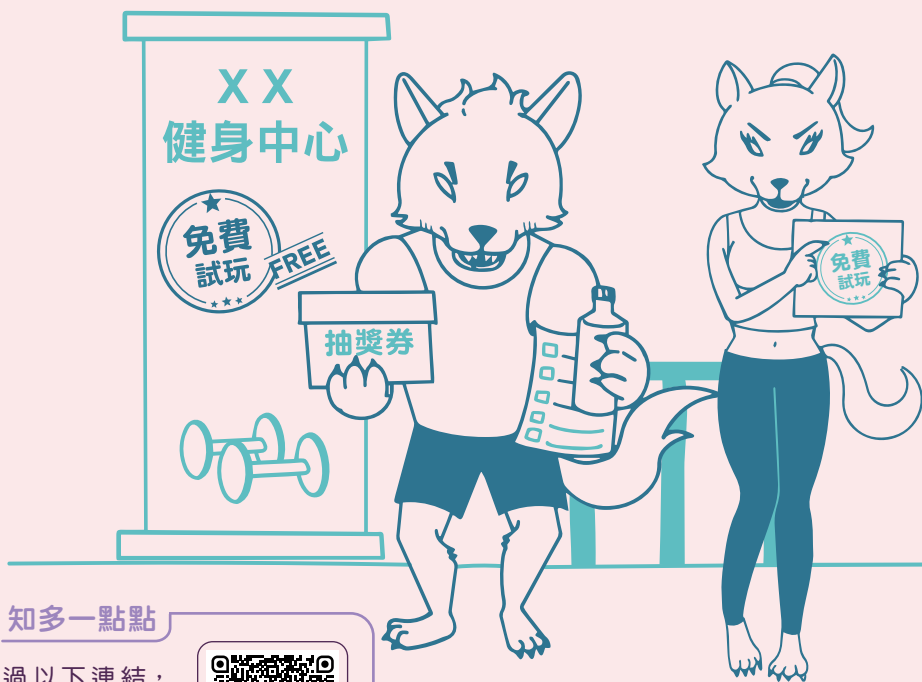
陷阱1:

職員在街上以抽獎、免費試玩、免費飲品、做問卷等方法招徠，哄目標對象上健身中心。

導師備註：

職員以不同方法作招徠，並以苦肉計博取目標對象的同情心，邀請他們去健身中心，目的是得以游說他們簽約。

短片一：1:14至1:54



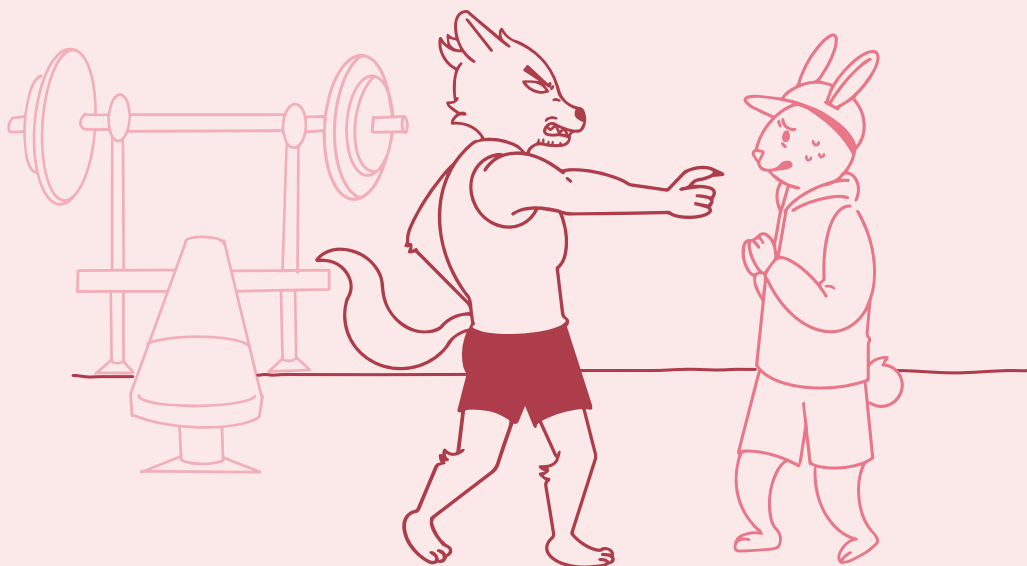
知多一點點

歡迎透過以下連結，
觀看由香港電台製作的
《警訊》相關片段。



版權屬香港電台所有

第二部曲



職員在健身中心游說

陷阱2：

一旦邀請目標對象上健身中心，職員會邀請他們試玩，也會誇大他們的體格缺點，不停游說。

導師備註：

職員會邀請目標對象試玩，並要求他們付錢；亦會誇大他們的體格缺點，讓他們難以拒絕或應對，令其覺得必須購買合約或購買多節一對一健身課堂。

短片一：3:44至4:58



職員在健身中心游說

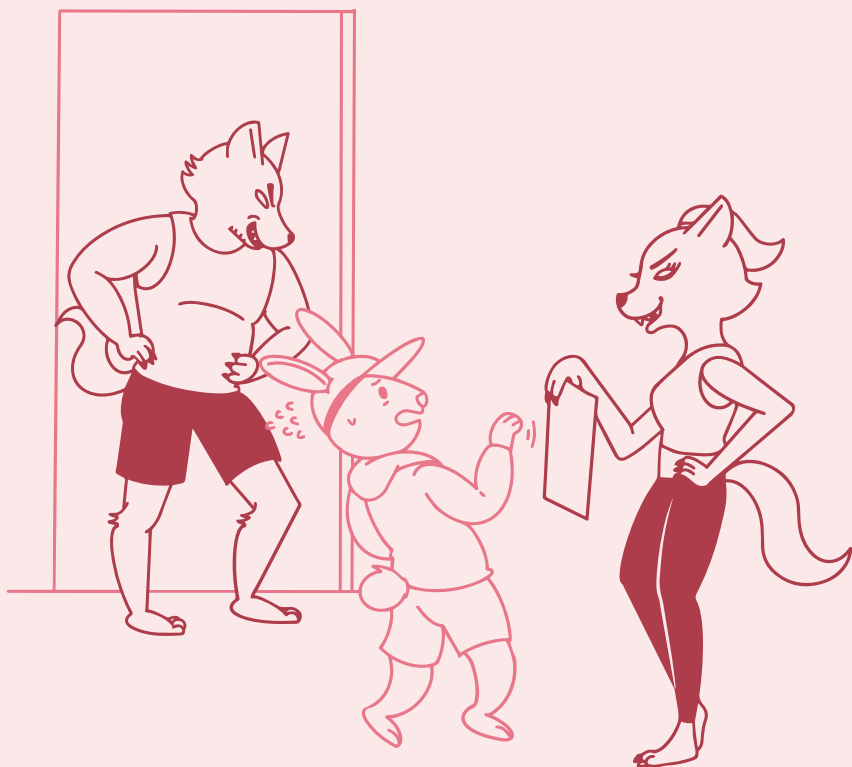
陷阱3：

職員輪流軟硬兼施「疲勞轟炸式」推銷，甚至阻擋門口不讓目標對象離開。

導師備註：

職員先以善良態度解釋服務計劃。當目標對象拒絕時，態度強硬的經理出現要求他們簽約，另一職員便作出安慰，令他們放下戒心簽約。若他們拒絕簽約並欲離開，職員便阻擋門口，要求他們簽約。在職員疲勞轟炸下，令目標對象無奈簽約。

短片一：6:38至8:00



職員在健身中心游說

陷阱4：

職員誘使目標對象簽署問卷及要求他們填寫表格。

導師備註：

問卷實質是健身中心合約，職員在目標對象簽署合約後，才填寫銀碼，要求他們付款。職員也會要求他們填寫表格，以套取家人資料，若他們拒絕簽約，職員便聲稱會致電他們的家人作出恐嚇。

短片一：5:25至6:05



職員在健身中心游說

陷阱5：

職員要求查看目標對象手機，甚至聲稱要控告他們。

導師備註：

職員要求目標對象解鎖手機，以套取家人／聯絡人資料或偷看銀行資料。若他們拒絕簽約，職員便聲稱會致電他們的家人作出恐嚇或不斷聲稱要控告他們，最終令他們害怕而妥協簽約。

短片一：8:06至8:29



第三部曲



付款時

陷阱6：

職員以核實問卷、送優惠、送旅遊禮券等理由，要求目標對象出示身份證、提款卡和信用卡，同時套取戶口存款的資料。

導師備註：

職員套取身份證、提款卡和信用卡用作制訂合約或過數付款。若職員知道目標對象的財政狀況，便可度身制訂合約。

短片一：2:30至2:49及6:11至6:27



付款時

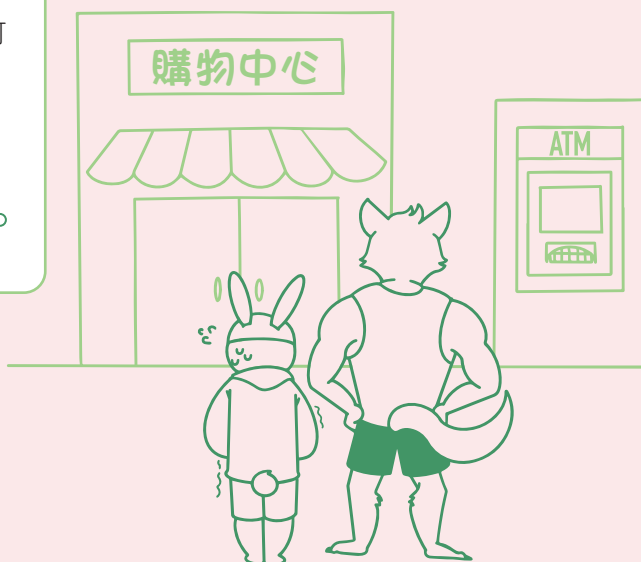
陷阱7：

職員會帶目標對象到大型連鎖店購買禮券，也會陪同提款或去財務公司借貸。

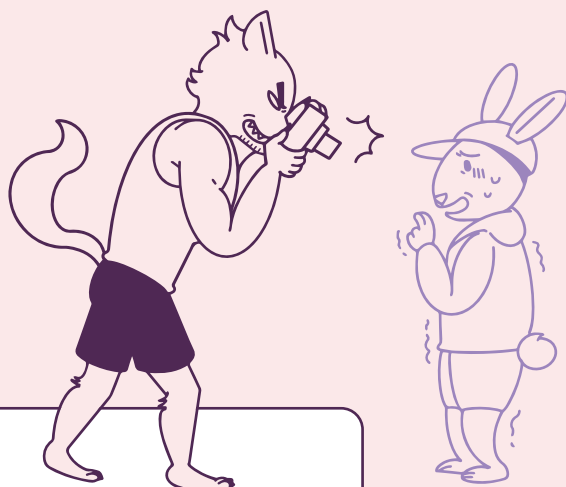
導師備註：

職員帶目標對象到大型連鎖店購買禮券，用作支付健身會籍。職員也會陪同提款，若發現存款太少，趁機轉介他們到財務公司借錢。

短片二：2:52至3:20及3:53至4:27



第四部曲



簽約後

陷阱8:

職員要求目標對象簽署聲明、拍攝開心自願相片或影片。

導師備註:

職員會威迫目標對象拍照或拍片，甚至被迫簽下聲明，證明他們是在自願的情況下簽訂合約。



簽約後

陷阱9:

職員在目標對象簽約後，隨即哄他們使用健身服務或向目標對象贈送禮物。

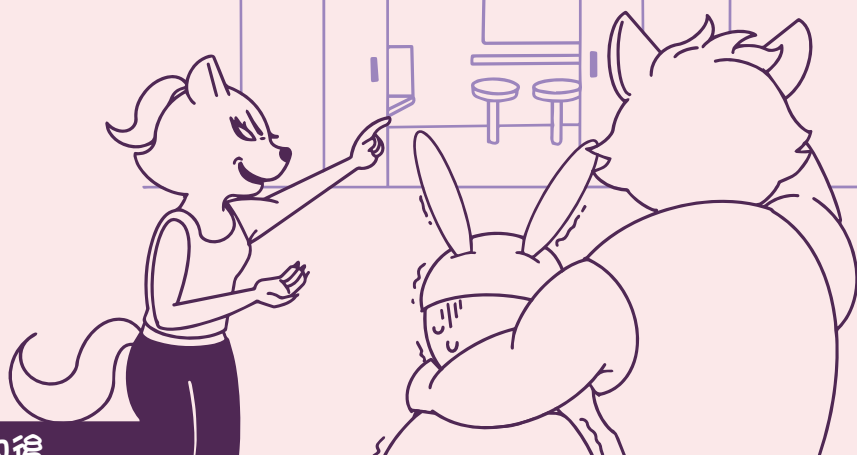
導師備註:

若合約設有冷靜期條款，接收禮物、簽約後隨即使用健身服務或觸碰器械，會令有關條款失效，因而失去取消合約的權利。

短片三：0:15至1:21



財務公司



簽約後

陷阱10：

職員會在目標對象第二次去健身中心時繼續推銷，甚至游說他們去財務公司借貸。

導師備註：

職員會在目標對象第二次去健身中心時繼續推銷，當職員了解他們的經濟狀況，或會帶他們去財務公司借錢，簽下更多合約，令他們欠債累累。

短片四：2:00至2:27



知多一點點

導師可觀看完整短片二、三及四，認識更多關於健身中心不良銷售手法及冷靜期條款的資訊。



短片二



短片三



短片四

活動二：「保護自己，堅決Say NO！」




活動物資：PowerPoint（簡報）及個案重演短片

活動所需時間：約35分鐘

活動目的：旨在讓參加者透過觀看個案短片及反思活動，進一步加深對健身中心銷售陷阱的印象；並提醒他們遇到有關陷阱時，要懂得「保護自己，堅決Say NO！」。

活動流程：

1. 導師播放「投訴實錄－健身中心銷售陷阱二」短片 ，當中展示三個銷售陷阱。

三個銷售陷阱片段：

- 一. 套取財政狀況 軟硬兼施輪流推銷
- 二. 不斷批評體格缺點 硬銷不同合約
- 三. 提防立即使用服務 令冷靜期失效

2. 導師與參加者觀看短片陷阱一：「套取財政狀況 軟硬兼施輪流推銷」，當出現「保護自己，堅決Say NO！」畫面時，導師暫停短片，用5分鐘與參加者一起思考以下問題：



思考問題：

陷阱一：遇到哪些情況要「堅決Say NO！」？

建議答案：遇到職員套取你銀行戶口存款的資料，為你制訂合約及遇到職員軟硬兼施「疲勞轟炸式」推銷時要「堅決Say NO！」。

（提示：導師每次可邀請參加者雙手交叉放到兩肩，作「Say NO！」動作，加深印象。）



短片簡介

短片中，健身中心以不同銷售手法，游說一般精神障礙人士購買了港幣29,000元的健身會籍及健身教練課堂。詳細個案描述可參閱資源手冊第15-18頁。



3. 導師可視乎參加者的能力，鼓勵他們分成小組進行討論或以其他形式，思考遇到哪些情況要「堅決Say NO!」。



保護自己
堅決 Say NO!

4. 討論完畢後，導師透過PowerPoint（簡報）讓參加者認識健身中心職員在該陷阱片段中使用的常用對白，以幫助參加者應對健身中心的常見銷售陷阱，導師可參考附錄二（第48頁）「工作坊活動二：短片文字稿」。
5. 導師繼續播放短片讓參加者知道遇到哪些情況要「堅決Say NO!」。
6. 導師完成陷阱一活動後，重覆步驟2至5，繼續邀請參加者思考以下問題：



思考問題：

▶ 遇到哪些情況要「堅決Say NO!」？

陷阱二建議答案：當職員指出你的體格缺點，令你感到自卑，並不停游說你簽約時；及職員在你每一次去健身中心繼續游說你簽約時要「堅決Say NO!」。（提示：導師每次可邀請參加者雙手交叉放到兩肩，作「Say NO!」動作，加深印象。）

陷阱三建議答案：當你簽約後，職員隨即叫你使用健身服務時要「堅決Say NO!」。（提示：導師每次可邀請參加者雙手交叉放到兩肩，作「Say NO!」動作，加深印象。）

7. 導師與參加者完成以上活動後，觀看「專家話你知」片段。專家會提供不同康復機構的專業意見，讓參加者明白自己的消費弱點，亦會講解目標對象被迫簽下合約後的後果，並提醒參加者若被健身中心職員哄上健身中心並要求簽約，謹記在安全情況下要堅決拒絕。
8. 看畢片段後，導師可綜合「專家話你知」的內容（參考第32-33頁），再次提醒參加者不要獨自或跟隨銷售人員進入健身中心，亦切勿隨便簽約。

「專家話你知」片段內容

一般精神障礙人士的消費弱點

受情緒/精神問題困擾或復元人士(目標對象),他們在處事上往往較難以集中精神,較容易作出錯誤判斷或衝動的決定。當部分健身中心職員在街上運用不同方法哄他們前往健身中心,他們會不假思索,答應前往。職員在健身中心用「車輪式疲勞轟炸」的方法,及職員阻擋門口不讓他們離開等,使他們緊張,影響他們的思考和判斷力,令其難以拒絕或應對。他們為了盡快離開,最終或會簽下不願購買的健身合約。

此外,他們一般自信心較弱,自我形象亦較低落。當職員誇大他們的體格缺點,使其自卑;或不斷聲稱某健身會籍可令他們重拾自信時,會容易令他們覺得有需要購買,繼而簽下昂貴的合約。

被迫簽下合約的後果

消委會綜合有關涉及目標對象對健身中心不良銷售手法的投訴,留意到他們被迫簽下健身服務合約後,對身心造成的影響,如感到擔憂和失眠;更有部分消費者病情惡化,須增加藥物劑量。此外,他們大多在被迫簽下第一份合約後,第二次去健身中心時,被職員繼續推銷。當職員了解他們的經濟狀況後,或會帶他們去財務公司借錢,簽下更多合約,令他們欠債累累。

作為目標對象的家人或照顧者,平日要多關心和聆聽他們的需要,更要留意他們的情緒及消費模式有否出現變化,如焦慮、抑鬱的徵狀有否惡化、難以入睡、節衣縮食等,一旦出現異常行為,謹記尋求醫生或社工的協助。

要懂得堅決拒絕

消委會提醒目標對象，如果在街上被人哄你上健身中心，要毫不猶豫及堅定地說：「沒有需要，謝謝！」然後立即離開，千萬不要讓他人帶你去健身中心；萬一被人帶到去健身中心，迫使你簽約和付款，仍要懂得說：「我真的沒有需要，謝謝！」或「我不會簽任何文件！」，千萬不要為求脫身而隨便簽約。謹記在安全情況下，盡快離開店舖，如有需要，要即時通知家人、朋友或報警求助。

善用冷靜期

另外，冷靜期法例雖尚待審議及通過，惟不少健身中心已在合約加入三至七日冷靜期條款。若不幸地被迫簽署第一份合約，謹記留意合約是否設有冷靜期條款。如有的話，切勿收取禮物；簽約後也別立即使用健身中心的服務或觸碰器械，避免令有關條款失效，因而失去取消合約的權利。此外，亦要立即告知家人／照顧者／導師，如有需要，可向消委會求助。

最後，如想去健身中心健身，可以與家人／照顧者／導師一起商量決定，若有懷疑，就不要急於簽約，避免招致損失。



保護自己
堅決 Say NO!

3.4 第三部分：擊退健身陷阱

回顧第一節工作坊內容

導師若把工作坊分拆兩節進行，可於進行活動三前與參加者重溫上一節工作坊內容，邀請參加者說出消費者最常遇到的十個銷售陷阱，考考他們的記憶。



活動三：「擊退銷售陷阱」

活動物資：PowerPoint（簡報）、擊退銷售陷阱角色扮演小劇本（此資源手冊提供部分小劇本，導師可於計劃專頁下載完整五個小劇本，並將之列印方便參加者練習）、「銷售陷阱卡」及「擊退陷阱卡」。



活動所需時間：約35分鐘

活動目的：旨在透過模擬情境，參加者可設身處地扮演一個成功擊退健身中心銷售陷阱的角色，懂得在日常生活應對健身陷阱，如堅決不要獨自或跟隨銷售人員進入健身中心，在安全情況下要果斷拒絕簽約。

活動流程：

1. 導師先將小劇本分發予每一位參加者，將參加者分為兩至三人一組，並安排及協助每組綵排其中一個小劇本。
2. 導師邀請感興趣的組別演出五個小劇本。若時間許可，可邀請參加者輪流扮演不同角色。
3. 導師可留意參加者的反應，參加者抗拒分組或表演活動，可安排義工協助或自行調節活動流程，如導師扮演職員，唸出小劇本上職員的對白，邀請參加者唸出消費者的對白。
4. 角色扮演活動完成後，導師先按參加者人數多寡決定以分組或個人形式將十張「擊退陷阱卡」盡量平均分配予每組/位參加者（或按人數自行複製更多卡）。
 - 導師扮演健身中心職員，唸出小劇本及/或「銷售陷阱卡」上關於銷售陷阱的對白或處境，考考參加者能否果斷拒絕職員的游說。
 - 每張「擊退陷阱卡」上載有一句拆解銷售陷阱的「Say NO金句」。接著導師提問參加者哪一句「Say NO金句」適用於拒絕職員的游說，持有相應金句的參加者鬥快站起來，由導師指出是否正確及解釋原因。

小劇本一

在街上遇上職員游說時



職員

先生/小姐，幫手填份問卷呀，要追數呀，唔該你，爭呢份就可以收工啦！（陷阱1）

冇需要，唔該！



消費者



職員

求下你呀！填一填，幾分鐘時間。

都話冇需要，唔該！



消費者



職員

填一填，上去健身中心俾個免費試玩你，你當幫下我。

趕時間，下次啦（果斷拒絕，然後堅決離開）！



消費者



溫馨提示

導師可鼓勵參加者多重溫「擊退銷售陷阱角色扮演」的五個小劇本，以加深印象。此外，由於一般精神障礙人士較易緊張，難以應對健身中心職員的高壓游說，導師不妨指導參加者背誦以下簡單「擊退金句」，及配合適當的語氣/表情/動作，使參加者加深記憶：

1. 冇需要，唔該！
2. 我真係冇需要，唔該！
3. 我真係冇需要，我想走先，唔該！（加重語氣、表情堅決，再轉身離開）



小劇本二

已簽下第一份合約，第二次去健身中心使用服務時



職員

第二次做gym，見你唔係好識選擇適合你的健身器械。其實你需要教練幫你強化肌肉，有個特別plan超平，2萬蚊30堂私人健身課程，我親自幫你，你一定會勁fit。(陷阱10)

唔使啦！我想自己一個做gym。



消費者



職員

你試下15堂先，1萬蚊好抵，見同你friend，又幫我填問卷，出面唔止1萬蚊㗎。

冇需要，唔該！



消費者



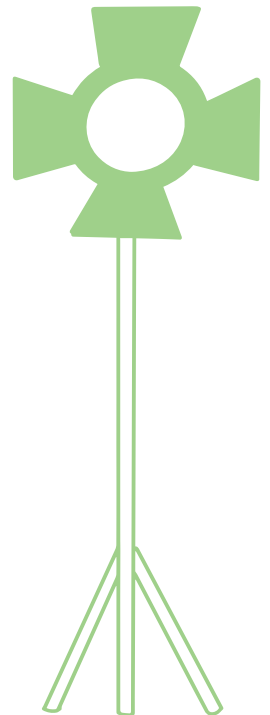
職員

其實真係好平，我真心想幫你，只要有我幫你，好快就會fit㗎。信用卡可以分期，唔使擔心，每個月俾好少錢。係咪唔夠錢呀？隔離財務公司超低息可以幫你，每個月大概1,200蚊，好低息。(陷阱10)

我真係冇需要，唔該，我要返屋企啦（果斷拒絕，然後堅決離開）。



消費者



小劇本三

已簽下新合約，職員隨即叫你上堂時



職員

俾返張收據、拉筋課堂嘅合約副本同信用卡你先；你買咗新課堂，送返條毛巾俾你。(陷阱9)

唔使啦！我有好多條毛巾啦。



消費者



職員

咁過嚟做呢部機先，拉下筋，紓緩一下肌肉。

趕時間，下次先上啦（果斷拒絕，然後堅決離開）！



消費者

備註：導師可於計劃專頁下載及參閱小劇本四及五。



3.5 第四部分：總結



活動物資：PowerPoint（簡報）、健身陷阱及擊退陷阱海報、
「銷售陷阱卡」、「擊退陷阱卡」及紀念品


活動所需時間：約35分鐘

活動目的：向參加者總結工作坊內容，並向其派發載有忠告字句的紀念品（第45頁）。

活動流程：

1. 導師將十張「擊退陷阱卡」平均分配予每組/位參加者，並透過PowerPoint（簡報）向參加者介紹擊退部分健身中心的銷售陷阱的「擊退口號」。當導師隨機說出其中某項陷阱時，邀請持有相應「擊退陷阱卡」的參加者舉起該卡並讀出「擊退口號」，進一步幫助參加者應對部分健身中心常見的銷售陷阱。

陷阱	擊退口號
1.	堅定拒絕 －切勿獨自或跟隨銷售人員進入健身中心。
2.	不玩不聽 －切勿隨便試玩及相信職員誇張的說話。
3.	冷靜思考 －切勿隨便簽約，請保持冷靜及果斷離開。
4.	不簽不填 －切勿隨便簽名及填寫任何表格。
5.	保護手機 －切勿隨便將手機給予職員。
6.	保護私隱 －切勿出示身份證和銀行卡，以及讓職員知道你的財政狀況。
7.	小心付款 －切勿以不尋常付款途徑支付費用，及讓職員陪同提款及去財務公司借貸。
8.	拒絕拍照拍片 －切勿讓職員拍照或拍片，請拒絕不合理要求。
9.	善用冷靜期 －若合約設有冷靜期條款，切勿收取禮物；簽約後別立即使用健身服務或觸碰器械。
10.	適時求助 －簽下第一份合約後，要立即求助，切勿再去健身中心。

2. 導師其後將參加者分成兩組，導師將五張「銷售陷阱卡」和相應的五張「擊退陷阱卡」次序調亂（洗牌）並給予第一組；再將餘下五張「銷售陷阱卡」和相應的五張「擊退陷阱卡」次序調亂，給予另一組。兩組在指定時間鬥快比賽，看看哪一組能最快將五張「銷售陷阱卡」和相應的五張「擊退陷阱卡」配對，最先完成的組別勝出。導師可將兩組持有的卡交換，讓第一組和第二組都可以就全部卡進行配對。
3. 如想提升難度，導師可自行複製更多「銷售陷阱卡」及「擊退陷阱卡」。安排參加者分成二人一組，每組所持各款卡的次序被調亂後，各組在指定時間鬥快比賽，看看哪一組能最快將十張「銷售陷阱卡」和相應的十張「擊退陷阱卡」配對，最先完成的組別勝出。
4. 若時間許可，導師可點擊圖案或掃描二維碼，透過線上遊戲「Kahoot!」，邀請參加者鬥快選出正確答案，考考參加者能否掌握工作坊中所學習的內容，從而鞏固針對健身中心銷售陷阱的自保方法。導師可參閱第一輯「支援自閉症譜系障礙消費者提升自我保護能力—社會/教育工作者資源手冊」或瀏覽計劃專頁，了解相關遊戲玩法。



5. 導師教導參加者尋求協助之途徑：
 - 如遇到高壓促銷或感到人身安全受到威脅，應在安全情況下報警求助。
 - 如須舉報有關貨品或服務有虛假商品說明或涉及不良營商手法的罪案，可向海關提出。
 - 如遇到銷售陷阱或在不情願下簽下健身服務合約，可隨家人/照顧者/導師與健身中心協商，以便盡快解決。如交涉不果，可向消委會尋求援助（消費者投訴及諮詢熱線：2929 2222）。
 - 如不情願地簽下合約，謹記一定要告知家人/照顧者/導師。



溫馨提示

請導師於「工作坊成效評估問卷」（第47頁）記錄參加者能否掌握工作坊內容，以便將來就參與工作坊的學習成效作前後對比分析。詳情請參閱「導師備忘錄」（第41頁）。

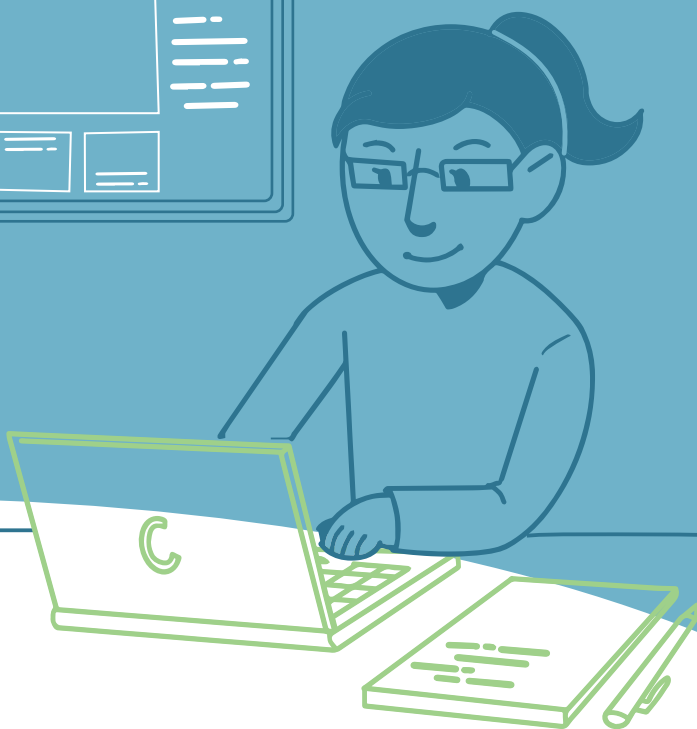
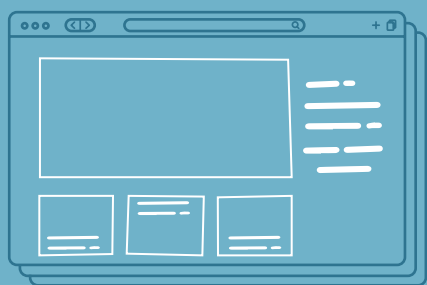
6. 導師提醒參加者，若不幸地被迫簽署合約，謹記要求職員提供合約副本及收據，並妥善保管，以便追討。
7. 導師派發紀念品，紀念品上載有忠告字句、消委會的熱線電話及相關專頁二維碼。
8. 導師可邀請參加者掃描二維碼，下載健身陷阱及擊退陷阱之海報，並提醒參加者對相關健身中心的銷售陷阱提高警惕。
9. 導師與目標對象介紹選購健身服務計劃時要注意的地方（見資源手冊知識篇第9頁），及分享「輕鬆生活知多D」的資訊（見資源手冊資源篇第42-44頁），向參加者簡單介紹如何輕鬆享受生活，及鼓勵計劃健康生活模式。
10. 導師可在總結或其他活動時，靈活運用「銷售陷阱卡」及「擊退陷阱卡」進行不同遊戲，以增加參加者的學習動機。

家長 / 照顧者小貼士

- ▶ 讓子女盡早認識正確的理財概念，時刻留意子女財政狀況；
- ▶ 叮囑子女作任何預繳式消費前，應衡量實際需要及財政狀況，不要為求脫身而隨便簽約；提醒他們須為自己的每一個決定負責；
- ▶ 叮囑子女前往健身中心前應先跟家人或朋友商量，並通知他們行程的細節，例如前往的日期、時間及地點，一旦有需要時可向他們求助；
- ▶ 子女若購買健身服務計劃，請叮囑他們保留合約副本及收據，以作日後追討時的憑據。
- ▶ 叮囑子女切勿隨便將身份證、信用卡及銀行戶口等資料交予他人；及
- ▶ 要多關心子女、多留意他們的情緒和消費模式有否出現變化，如出現異常行為，謹記尋求醫生或社工協助。

第四章

【資源篇】



第四章【資源篇】

4.1 導師備忘錄

「導師備忘錄」提供指引及資訊，協助導師為工作坊作好準備，並透過問卷回饋，作日後檢討及改善活動之用。

工作坊舉行前

- 導師為目標對象舉辦「提升消費者自我保護能力」工作坊，謹記向消委會索取有關紀念品及物資，詳情請參閱資源手冊第45頁。
- 導師於相關專頁：www.consumer.org.hk/snp 下載工作坊所需教材。
- 導師可預先參閱附錄一（第47頁）「工作坊成效評估問卷」，以便對評估內容有初步認識。

工作坊舉行期間

- 導師進行熱身活動：「小心中伏」期間，聆聽參加者分享購買健身服務合約的經驗。
- 工作坊舉行期間，請記錄參加者有關購買健身服務合約的經驗及觀察其於工作坊的表現，以便填寫相關問卷。
- 每位目標對象的專注度不同，導師可按需要調整工作坊的時間及內容。

工作坊舉行後

- 消委會將於活動後透過電郵向導師派發線上「工作坊成效評估問卷」，導師只需點擊問卷網址，在線上填報及遞交問卷。導師請於工作坊舉行後一星期或之前交回填妥之問卷，以便將來作活動檢討及分析之用。

導師小貼士

- ▶ 若時間許可，導師可延伸至更多活動，並建立支援小組。亦可在舉行工作坊期間加入小組分享環節，讓參加者分享相關經驗，並一起重溫工作坊上學到的知識和正確的消費態度，互相支持。
- ▶ 導師可以帶領目標對象到健身中心參觀，透過親身觀察健身中心提供的服務和設施，讓對象可以在工作坊更容易瞭解健身中心部署的銷售陷阱。
- ▶ 歡迎與消委會消費者教育部聯絡，一起商討如何加強對象的自我保護能力，為他們提供更適切的消費者教育。

4.2 輕鬆生活知多D

「輕鬆生活知多D」提供健康生活錦囊，導師可與目標對象分享此部分的資訊，鼓勵他們計劃健康生活模式。

「KEEP FIT 特集」

導師可與目標對象分享消委會製作的「KEEP FIT 特集」，分享做運動的要訣。

適量運動

每天適量的運動，能控制體重，防止肥胖；並紓緩目標對象抑鬱、焦慮的情緒和壓力。運動種類繁多，如行山、游泳、跑步、球類運動、踏單車、跳舞、瑜珈等。導師可鼓勵目標對象因應自己的能力、需要嘗試不同運動，從中尋找合適而喜愛的運動項目。

另外，導師可與目標對象分享網上平台有關運動教學的視頻片段，如康樂及文化事務署的「寓樂頻道」及「普及健體運動」專頁，提供不同運動示範片段，讓他們能在家中或公園運動。

導師亦可鼓勵目標對象：若他們想到健身中心健身，可考慮與朋友使用**康樂及文化事務署在各區提供的健身室**；並提醒他們若想去私人健身中心健身，謹記與家人／照顧者／導師一起商量決定，比較不同健身中心的服務計劃。



「KEEP FIT 特集」文章包括：



告別汗水的秘密 



來騎單車吧! 



智能磅：點止磅重咁簡單! 



消費者委員會
「KEEP FIT 特集」



康樂及文化事務署
「寓樂頻道」



康樂及文化事務署
「普及健體運動」



康樂及文化事務署
健身室



健康飲食

導師可鼓勵目標對象在日常飲食中，謹記要均衡飲食，並依照「**健康飲食金字塔**」的原則飲食，時刻留意身體有否攝取過多熱量，預防肥胖。導師可與他們分享**衛生署有關飲食的健康資訊**，讓他們維持身體健康。

消委會積極為市民大眾的飲食健康把關，消委會網頁提供有關**食物及飲品的消費指南**，歡迎導師與目標對象分享《選擇》月刊相關文章摘要。此外，消委會推出的格價網《**網上價格一覽通**》，設桌上版及手機版，每日更新及比較六大主要超市及連鎖店超過2,200種貨品價格，方便目標對象以最優惠價錢，購買健康食物。



消費者委員會
食物及飲品消費指南



消費者委員會
《網上價格一覽通》



衛生防護中心
健康飲食金字塔
均衡營養好體格



衛生防護中心
預防肥胖與
飲食建議



衛生署
如何從食物類別中選擇
食物的實用貼士

消閒娛樂

消閒娛樂的活動往往令人輕鬆愉快，有效紓緩壓力。導師鼓勵目標對象平日可多看書／雜誌、聽音樂、看電影／電視劇、遠足等，讓他們放鬆心情。導師亦可為他們舉辦不同工作坊，如烹飪班、手沖咖啡工作坊、跳舞班等，協助他們發掘新嗜好。



與人傾訴

與人傾訴能紓緩壓力。導師可鼓勵目標對象，若面對壓力、負面情緒、不愉快之事等情況，他們可找信任的人與之傾訴，分擔煩惱，如他們不幸地被迫簽署健身服務合約，可主動找家人／照顧者／導師商討，共同解決問題。



4.3 申請導師培訓講座

消委會樂意為社福機構／學校導師舉辦導師培訓講座。如欲申請，請登入連結：www.consumer.org.hk/snp，於網上填妥及遞交申請表格，亦可列印已填妥的申請表，然後以電郵、傳真或郵寄方式遞交。

4.4 索取工作坊簡報及紀念品

社福機構／學校為目標對象舉辦「提升消費者自我保護能力」工作坊，可於工作坊舉行最少兩星期前，登入連結：www.consumer.org.hk/snp，於網上填妥及遞交申請表格，亦可列印已填妥的申請表，然後以電郵、傳真或郵寄方式遞交。

如有任何查詢，歡迎以下列方式聯絡消費者教育部：

電話：2368 9044

電郵：snp@consumer.org.hk

傳真：3721 2885

地址：香港北角渣華道191號嘉華國際中心22樓

4.5 投訴渠道

消費者若遇到銷售陷阱或在不情願下簽下健身服務合約，經與店方交涉不果，可向消委會作出投訴。

電話：2929 2222

辦公時間：星期一至星期五 09:00 - 17:30（公眾假期除外）

4.6 實用網站

消費者委員會

<https://www.consumer.org.hk>

消費者委員會 – 「KEEP FIT 特集」

https://www.consumer.org.hk/ws_chi/news/specials/2017/keep-fit.html

消費者委員會 – 食物及飲品消費指南

https://www.consumer.org.hk/ws_chi/shopping-guide?type=choice_article&category=6375

消費者委員會 – 網上價格一覽通

<https://online-price-watch.consumer.org.hk/opw/>

康樂及文化事務署 – 寓樂頻道

<https://www.lcsd.gov.hk/edutainment/tc/index.html>

康樂及文化事務署 – 普及健體運動

<https://www.lcsd.gov.hk/tc/healthy/>

康樂及文化事務署 (康文署) 健身室

<https://www.lcsd.gov.hk/tc/fitness/index.html>

衛生防護中心 – 健康飲食金字塔 均衡營養好體格

<https://www.chp.gov.hk/tc/static/90017.html>

衛生防護中心 – 預防肥胖與飲食建議

<https://www.chp.gov.hk/tc/static/90042.html>

衛生署 – 如何從食物類別中選擇食物的實用貼士

https://www.change4health.gov.hk/tc/healthy_diet/facts/practical_tips/index.html

精神健康諮詢委員會 – 「陪我講」(計劃)

<https://shallwetalk.hk/zh/>

香港海關

<https://www.customs.gov.hk/>

4.7 附錄

一. 工作坊成效評估問卷

二. 工作坊活動二：短片文字稿

(附錄一)

「提升消費者自我保護能力」工作坊 工作坊成效評估問卷

謝謝 貴機構/學校為一般精神障礙人士舉辦「提升消費者自我保護能力」工作坊。
現誠邀 閣下填寫以下問卷，以便將來作活動檢討之用。

機構/學校名稱： _____ 導師姓名： _____

工作坊舉行日期： _____ 工作坊參與人數： _____

1. 工作坊中有多少位參加者曾到訪私人健身中心？ _____
2. 工作坊中有多少位參加者曾簽署健身中心服務合約？ _____

請圈出您認為最適合代表參加者的數字

3. 參加者認識健身中心不良營商手法/銷售陷阱嗎？

參與工作坊前 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

參與工作坊後 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

4. 參加者認識「合約冷靜期」嗎？

參與工作坊前 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

參與工作坊後 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

5. 若遇到不良營商手法(如具威嚇性的營業行為)/銷售陷阱，參加者認識各種舉報或投訴途徑嗎？

參與工作坊前 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

參與工作坊後 非常不認識 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 非常認識

6. 工作坊能幫助參加者應對健身中心的常見銷售陷阱嗎？

沒有幫助 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 十分有幫助

7. 參加者有意繼續參加消費者委員會教育部舉辦之教育活動嗎？

會 否(如答否，請填寫原因: _____)

8. 其他意見： _____

— 謝謝您的寶貴意見 —

在此問卷上提供的個人資料/資料會被用作安排及處理消費者教育相關活動。本會承諾遵守《個人資料(私隱)條例》下有關管理個人資料的規定，保障本會所持有的個人資料的私隱、保密性及安全。消委會同樣承諾確保本會所有僱員及第三方服務供應商堅守這些責任。申請人有權查閱及更正所提供的個人資料/資料。查閱或更正要求，應以書面向本會教育部項目支援主任提出，查詢請致電2368 9044。消委會可能酌情就複印資料收取行政費用。

工作坊活動二 短片文字稿

備註：有關健身中心職員在本陷阱片段中使用的常用對白以底線標示。

今集會繼續與大家分析部分健身中心的銷售陷阱，我們一起看看以下投訴實錄，個案的主角是一般精神障礙的消費者。

健身中心銷售陷阱一：「套取財政狀況 軟硬兼施輪流推銷」

畫面顯示： 健身中心職員和當事人正在交談。

男健身教練：來到健身中心，先談一談吧，你現在是工作還是正在讀書（上學）？

女當事人： 讀書，是不是有免費試玩？

男健身教練：等一等，你正在讀書，那麼平常有沒有做兼職？

女當事人： 都有的。

男健身教練：那麼有儲蓄吧？（螢幕蓋字：先看看你有多少錢！）

女當事人： 啊！

男健身教練：戶口大約有多少錢？

女當事人： 大約14,000元。

男健身教練：有沒有信用卡？

女當事人： 有。

男健身教練：好！你等一等。

畫面顯示： 男健身教練正在準備合約。

男健身教練：你在這兩份文件簽名便可以了。

女當事人： 是。

男健身教練：處理好了，我請組長向你解釋這份文件。

畫面顯示： 女健身教練出現。

女健身教練：這是一份三年的健身會籍合約，價值14,500元。



女當事人： 合約？甚麼合約，我要先問問母親。

女健身教練： 為甚麼你那麼慌張？還要問准母親？你已經18歲了，你已簽了合約，別想毀約啊！

女當事人： 我沒有錢了。（熒幕蓋字：怎麼辦？很緊張啊！）

男健身教練： 不用擔心，你不是有信用卡嗎，我替你取消剛才的合約，再幫你弄一個價錢便宜一點，價值12,500元的會籍，但是你要幫我購買十節健身教練課堂，總值大約2萬元。

女當事人： 啊！（熒幕蓋字：2萬元……）

男健身教練： 不用擔心，可以為你安排12個月分期付款，你就不用一次過繳付那麼多錢。

女當事人： 啊！好吧。

旁白： 若果遇到剛才的陷阱，發生在你身上，應該怎樣做？

熒幕蓋字： 「保護自己，堅決Say NO！」

旁白： 遇到職員一善一惡「疲勞轟炸式」推銷，記住要保持冷靜，千萬不要讓職員知道你的財政狀況。在安全情況下，堅決Say NO，需要時通知家人或朋友，並盡快離開店舖或報警求助。

健身中心銷售陷阱二：「不斷批評體格缺點 硬銷不同合約」

熒幕蓋字： 數天後

畫面顯示： 當事人正在健身。

男健身教練：有沒有興趣參加健身教練課堂？我繼續親自協助訓練，讓你變得更健美，3千元四節。

女當事人： 啊！好吧。（熒幕蓋字：想也不想便應承，好！）

熒幕蓋字： 數天後

畫面顯示： 當事人和男健身教練正在上堂。

男健身教練：（熒幕蓋字：再向你推銷！）陳小姐，你需要強化肌肉啊，你多付3千元，多上四節課堂，我親自幫你。

女當事人： 啊！好吧。（熒幕蓋字：又再來！）

熒幕蓋字： 數天後

女健身教練：陳小姐，平日與你上堂的教練今天放假，由我和你上堂。

畫面顯示： 當事人和女健身教練正在上堂。

女健身教練：（熒幕蓋字：別再向我推銷！）你的肌肉很有問題，要專人替你紓緩。

女當事人： 不用了。

女健身教練：想甚麼？四節價值3千元的課堂，真的很便宜，不用想太多，稍後替你辦理手續。

女當事人： 又簽，我用信用卡付款吧。

旁白： 當事人的肌肉是否真的十分差勁？遇到這樣的情況，怎樣保護自己？

熒幕蓋字： 「保護自己，堅決Say NO！」

旁白： 職員會指出你的體格缺點，令你感到自卑，不停游說必須靠健身改善，職員會在你每一次去健身中心的時候繼續推銷。謹記如果你在不情願下簽署了第一份合約，應該立即求助，千萬不要再去那一間健身中心，要堅決Say NO，不要再簽約。



健身中心銷售陷阱三：「提防立即使用服務 令冷靜期失效」

女健身教練：一會兒便帶你使用那台新的健身儀器，紓緩一下肌肉，不錯的。

熒幕蓋字： 第二天

畫面顯示： 當事人和媽媽在健身中心。

母親： 職員，我看到合約列明，會員有權利在合約簽署後的七天購買冷靜期內，要求公司終止這一份合約，你替我女兒取消昨天簽署的3千元健身課堂合約吧。

女健身教練：太太，這樣不符合規矩啊！你有沒有問清楚你女兒？你女兒昨天已經上了堂，使用了我們健身中心的設備，冷靜期條款已經失效，不能取消。

母親： 這樣都可以？我女兒昨天只是參加上一個3千元的課堂啊！

旁白： 究竟冷靜期是甚麼？

熒幕蓋字： 「保護自己，堅決Say NO！」

旁白： 不少健身中心合約已自行訂立三至七天冷靜期條款，在買賣雙方簽訂合約後，使消費者在一段合理時間有權取消合約及獲得退款。若合約設有冷靜期條款，簽約後千萬不用要立即使用相關服務，職員叫你也要堅決Say No，以免失去取消合約的權利。

健身中心



鳴謝

- ▶ 匡智會
 - ▶ 扶康會
 - ▶ 協康會
 - ▶ 東華三院
 - ▶ 香港社會服務聯會
 - ▶ 香港明愛
 - ▶ 香港電台
 - ▶ 香港耀能協會
 - ▶ 新生精神康復會
 - ▶ 資深康復工作者
林伊利女士，榮譽勳章
- (依組織名稱筆劃序)

消費者委員會出版

地 址：香港北角渣華道 191 號
嘉華國際中心 22 樓

電 話：2368 9044

傳 真：3721 2885

電 郵：snp@consumer.org.hk

計劃專頁：www.consumer.org.hk/snp

消費者委員會出版
© 版權所有，不得翻印。

