

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。

慎選「增值」課程免招損失

消費者早已意識到自我增值的重要，市場上充斥着不同類型的進修或培訓課程，性質包羅萬有，有輔助學生學習、提升在職人士資歷、發展個人興趣及促進個人成長等。從本會接獲的投訴個案所見，部分課程並不便宜，但質素成疑；因此，消費者必須小心選擇，以免花掉金錢之餘亦浪費寶貴時間。



個案一：硬銷「探索課程」

陳先生在朋友邀請下，到X公司瞭解一個人生訓練課程，職員首先詢問陳先生的人生目標，言談間職員卻沒有具體說明訓練內容，只強調課程必定令其人生「有所得著」，感到「煥然一新」，陳先生於是支付了\$5,800報讀為期五天的「探索課程」。在最後一天的課堂，導師以接近洗腦的方式促銷第二及第三階段課程，催促學員立即報名，有學員表態參加，但陳先生自覺課程對自己幫助不大，表明沒有興趣。

數日後陳先生應邀參加「探索課程」後續分享會，首先他應職員要求將隨身物品及手提電話放於儲物櫃內，才獲安排進入課室。陳先生指分享會開始不久，導師及自稱前學員的人士，態度溫和地與他分享修讀課程的喜悅，當他多次婉拒參加後，他們的語氣變得不友善，輪流圍着他質問不參加的原因。陳先生難抵3小時喋喋不休的游說，在身心俱疲下無奈就範，支付第二及第三階段學費共\$18,500。

回家後陳先生冷靜下來，覺得X公司的銷售手法有問題，於是要求X公司退回所付款項但不果，遂向本會求助。本會嘗試居中調停雙方的糾紛，惜X公司負責人堅稱陳先生自願付款參加，同時否認曾經使用不當的銷售手法，拒絕退款，本會最終建議陳先生或需考慮透過訴訟追討。

個案啟示

近年不時出現聲稱有助人生成長的課程，此類課程通常向學員提供連續數日密集式培訓，聲稱透過不同訓練改善學員的一些個人能力或性格特質，例如提升自信、領袖才能及思考能力等等。有別於設有具體學習目標的進修課程，此類人生訓練的學習內容甚為抽象，消費者或較難評估課程的效果及導師的水準。如消費者對此類課程產生興趣，應先搜集資料，瞭解課程內容，然後客觀地從多方面作考慮，包括課程是否切合自身需要、訓練方法是否能達到聲稱的效果、導師資歷、價錢，以及培訓機構的聲譽等等。

此外，本會亦有留意此類課程慣性要求參加者必須向其他親朋戚友作出推薦，面對這些「口碑」及「硬銷」時，消費者必須提高警覺，抱持審慎態度，切勿因不好意思拒絕而倉促答應。如於銷售過程中感到脅迫或有壓力，消費者應保持冷靜並要求離開。本會謹提醒營商者類似非法禁錮或脅迫的銷售行為，有機會觸犯《商品說明條例》下具威嚇性營業行為罪行。

個案二：輔導課程導師資歷成疑

張小姐有意投身輔導行業，得悉Y公司主辦兒童心理輔導員證書課程，而其導師於自我介紹時聲稱是香港某心理學會會員，並持有一些外國認可資歷，資料顯示該課程由開課日開始大約九個月至一年可以完成，張小姐便對課程充滿信心，於是報名並支付學費 \$39,800。然而，完成第二堂後她發現課程存有不少問題，全班只有4位學員，導師只安排學員進行小組討論及派發筆記，沒有仔細教授輔導理論，並且有學員發現筆記內容是從網上抄襲得來。於第三堂開始前，導師表示將安排她與中學生會面進行輔導實習，她越想越覺奇怪，因為自己還未掌握輔導的技巧及知識，怎可隨便替別人輔導。

張小姐其後得悉該名導師並非如聲稱般是某心理學會會員，她感到非常不安，完成第四堂後便想退出課程，Y公司曾承諾退款，後來竟給她一張未能兌現的支票。張小姐於是向本會投訴，不久後，她告知本會接獲Y公司扣減四堂學費後退回餘款，但她認為Y公司在有關導師資歷方面有誤導之嫌，要求本會協助追討全數退款。本會分別以書信及電話方式嘗試與Y公司聯絡，但公司拒絕回覆，因此本會建議張小姐考慮諮詢法律意見，再決定下一步行動。

個案啟示

社會對心理輔導服務的需求日益俱增，坊間亦充斥不少相關的進修課程。然而，本港尚未有法定註冊及執業制度，規管提供心理輔導服務人士的專業資格，一般消費者只能按照有關人士所聲稱的資歷或過往經驗作出評估，而其教學質素更難以保證。本會就此諮詢香港心理學會，據該會表示，要成為專業心理學家或輔導員，一般需要修畢受相關專業團體認可，內容包括專業操守、心理學理論、輔導技巧及督導實習等的學位課程。

消費者可先瞭解與心理學或輔導相關的本港專業團體背景，部分專業團體有明確訂立會員註冊標準及制度，亦有列出一些獲該團體認可的培訓課程名單，消費者可以透過該團體的網頁查考註冊會員名冊及相關課程資訊，並以此作為參考。遇上心儀的課程時，較穩妥的做法是先根據課程資料，向列出的認可機構或專業團體，查考課程認受性及導師的資歷是否真確無誤，同時，應妥善保留課程簡介及單據等資料，作為出現爭議時的憑據。

個案三：對「外籍導師」的理想期望

朱小姐接獲Z公司來電推銷一個100小時英語課程，她正想改善英語，於是便預約時間試堂。據朱小姐所述，職員當日

重點介紹此課程是由外籍導師操練會話，設有一對一會話指導，亦指學員可獲持續進修基金資助，會於修畢課程後獲發還\$10,000學費。職員更提及政府未必會再向持續進修基金注資，催促她盡快決定，亦可考慮先交留位費\$300。朱小姐相信職員的說話，即時支付留位費，數日後支付課程第一單元學費 \$3,045。

朱小姐其後再付款報讀第二單元聆聽與會話 (\$3,045)，惟完成此單元後，感到實際上課內容與銷售時所聲稱的有出入，首先她從未獲安排一對一的會話課，亦從未獲外籍導師指導。她向Z公司反映時，職員竟說現時任教的導師雖然是華人，但是持澳洲國籍，所以是外籍人士，除他以外沒有其他導師可以接替。朱小姐認為此說法取巧，於是聯絡本會，她指現時任教的華人導師，雖然英語口音純正，但課堂中近八成時間都以廣東話授課，不符合她當初揀選此課程的目的，但她必須完成四個單元才可以獲得基金資助，以致進退兩難。朱小姐表示除非Y公司能夠確保安排「外國人導師」及一對一會話課，否則她不會繼續餘下課程。

本會聯絡Z公司後，Z公司澄清已安排一對一會話於單元二首課進行，恰巧朱小姐當日缺課，公司重申此課程通過及符合持續進修基金的要求，任教導師操流利英語並持有認可資歷。然而，公司指當日與

朱小姐聯絡的職員經已離職，未能查證朱小姐有關誤導的指控，經本會積極調停後，Z公司願意退回八成已繳學費予朱小姐以作和解。

個案啟示

坊間不少英語課程標榜由外籍導師任教，此類課程深受歡迎，似乎一般消費者相信由母語為英語的外籍人士教授，學習效果更佳。上述個案反映消費者對「外籍導師」的期望，與商號對「外籍導師」的理解存在分歧，因而產生糾紛。本會相信若商號就這方面，能夠提供清晰的導師姓名、相片及任教資歷等資料，則可避免此類不必要的誤會。此個案亦提醒營商者在傳遞銷售訊息時，務必提供清晰、全面及準確的資料，讓消費者掌握正確的資訊以衡量是否報讀有關課程。

總結

增值進修是十分正面的行為，但市場上課程多不勝數，難免讓人眼花撩亂。消費者選擇進修課程時，應從自身實際需要、經濟能力及學習目標等方向作出考慮。此外，消費者宜先瞭解開辦課程的機構或人士的背景及信譽、查考課程認受性及導師的資歷，才作出決定。至於提供課程的人士或機構，則有責任向消費者提供全面、正確及清晰的課程相關資料，若資料與事實不符，有機會觸犯《商品說明條例》，消費者如懷疑有失實或誤導的情況，可與本會聯絡及向香港海關舉報（熱線：2545 6182）。 