

香港、新加坡消費者保護業務介紹

林芳忠* · 廖世机** 著

壹、香港消費者委員會

參、結語

貳、新加坡消費者協會

【附註】

壹、香港消費者委員會

一、前言

(一)立委員會係於 1974 年 4 月，為因應香港物價急漲，市民及政府一致認為必須遏止商人牟取暴利，所成立之組織。

(二)主要財政來自政府的資助，然在制定及執行政策方面則不受干預而有自主權。

(三) 1977 年 7 月 15 日香港制頒「消費者委員會條例」，將消費者委員會法定為正式之法人團體，規定委員會之職務及權力，並規定該委員會之委員與僱員毋須對委員會及其所屬委員之行為及疏失負個人責任，並對有關事項加以規定。

(四)該委員會並非官方的僱員或代理人，亦不享有官方的任何地位、豁免權或特權。

(五)該委員會為「消費者國際(CI)」之執行委員及理事會員，除了與國際相關消費者團體、組織保持聯繫外，並積極代表消費者參與香港各相關機關之事務(擔任諮詢委員或工作小組成員)。

二、委員會之職務及權力：

(一)職能：藉以下方式保障及促進貨品及服務的消費者權益，以及不動產的購買人、抵押人及承租人權益：

* 作者為美國舊金山大學國際經濟學碩士，現任行政院消費者保護委員會督導組組長，國立空中大學兼任講師。

** 作者現為國立政治大學公共行政研究所博士生，現任行政院消費者保護委員會督導組專員。

1. 收集、接受及傳播關於貨品、服務及不動產的資料；
2. 接受及審查貨品及服務的消費者的投訴以及不動產的購買人、抵押人及承租人的投訴，並向他們提供意見；
3. 採取其認為就所管有的資料而言乃屬正確的行動，包括向政府或任何公職人員提供意見；
4. 鼓勵商業及專業組織制定實務守則，以規範屬下會員的活動；
5. 承擔委員會獲行政長官會同行政會議事先批准而採納的其他職能。

(二) 權力：

1. 委員會可作出任何使其能執行職能而合理需要的事情。
2. 在不限第 1 款的概括性的原則下，委員會在執行其職能時可：
 - (1) 以其認為適當的方式取得、持有及處置各類動產及不動產；
 - (2) 訂立任何合約；
 - (3) 對貨品及服務進行測試及檢驗，以及對不動產作出檢查；
 - (4) 製作或以售賣或以其他方式分發消費者感興趣的刊物；
 - (5) 與他人聯同或合作進行該會根據本條例可進行的事情，或贊助他人進行該事情；
 - (6) 就使用委員會所提供的任何設施或服務收取費用；
 - (7) 在獲得行政長官事先批准下，加入任何關注消費者事務的國際組織成為會員或附屬會員。

三、委員會之行政組織：

(一) 委員會之成員：

1. 主席、副主席及各委員由香港特別行政區行政長官委任，任期均不超過兩年，但任期滿後可再獲委留任。
2. 除主席、副主席外，其委員人數不超過二十名。
3. 委員會每月召開會議一次。

(二) 委員會之小組：

1. 委員會轄下設有七個功能小組，分別為人事及財務、法律保障事務、宣傳及社區關係、研究及試驗、商營手法研究、競爭政策研究及消費者投訴審議等。
2. 委員會並在有需要時，增選外界專業人士為增選委員，加入各小組，提供專業意見。

(三)辦事處及職員：

1. 委員會總幹事為辦事處之最高行政首長，在副總幹事輔助下，處理日常行政事務、負責委員會之決策及協助制訂政策。
2. 辦事處分為八個部門：投訴及諮詢部、公共事務部、研究及普查部、會議及外事部、消費者教育部、法律事務部、商營手法事務部及行政部。另「投訴及諮詢部」轄下設有「投訴熱線(Helplines)」，並於香港十二區設「消費者諮詢中心」。委員會組織圖如附件一。
3. 消費者諮詢中心之工作為：蒐集、接受及傳播關於貨品及服務的資料；回應消費者的查詢；接受消費者投訴；監察區內的商業經營手法；及作為該委員會在該區內之代表。
4. 辦事處共有職員 128 位，約五分之四部署於總辦事處，其餘五分之一分別派駐港九及新界各區十二個諮詢中心。

四、委員會之財政：

- (一)委員會之收入主要來自政府的資助(行政長官可從立法會通過撥給消費者委員會的款項中，將其認為適當的款額授權付給消費者委員會)，其他收入(約 4%)來自出版刊物、捐款、租金、及利息等方式付予委員會的款項。
- (二)委員會「財政年度」係指截至每年三月三十一日為止之前十二個月期間。該會 1999/2000 年度的經常性開支(包括僱員開支、行政費用、辦事處租金、辦公室設備及維修、消費者教育、委員津貼、國際會議及外訪、宣傳及公關費、調查及測試費、「選擇」月刊製作及廣告費等)及非經常性開支(包括 25 週年活動、消費者教育活動、互動回話系統、管理資訊系統、諮詢中心費用等)分別為七千一百萬及一百六十四萬港幣。

五、委員會之主要活動及成果：

依據該會 1999/2000 年度資料，各項活動成果如次：

(一)受理消費者諮詢及調解消費者投訴案件

1. 十二區消費者諮詢中心共接獲 125,610 次消費者投訴及查詢案件，主要詢問消費者急需解答之問題，例如不安全產品、購物指南、消費者權益及產品和服務資料等。
2. 經濟不景氣亦帶來高的申訴案件，年內共計受理 16,420 件消費者申訴案件，佔歷年來第二位。其中透過十二區消費者諮詢中心投訴者，計有 12,353 件(約佔 75%)。申訴案件之性質，依比率高低依次為貨品質

素(22.31%)、價格爭議(20.57%)、營商手法(14.65%)、服務質素(11.48%)、延期送貨(8.14%)、修理及維修服務(4.85%)、懷疑假冒貨品(1.88%)、懷疑危險產品(1.58%)、結束營業(1.58%)、其它(12.96%)。

3. 該會並無法定之調查及執法權力，在處理消費者合理的申訴案件時，只能作為調解人，勸諭商店解決問題。經該會斡旋結果，商店大都願意配合，達百分之九十之申訴案件能獲得解決。
4. 對於不良商店，該會予以點名公布。本年度點名公布不當經營、屢勸不改之商店共十間。除了是對其公開制裁外，並提醒消費者對不當經營手法提高警覺。

(二) 試驗、調查並研究產品及服務，提供正確消費資訊

1. 產品測試：

- (1) 委託香港地區獨立的測試機構或交由外國實驗所進行試驗，以評估產品的安全、效能、使用方便程度、可靠性及對環境影響等。
- (2) 本年度內共進行了兒童、電器及電子產品等 38 項產品測試，並發表於「選擇」月刊，提供消費者合理消費之參考。
- (3) 本年度內亦與 23 個國家消費者機構聯手進行測試工作，項目計有 GSM/PCS 流動電話手機、DVD、數位相機、無線電鑽、汽車手機免提裝置、汽車撞擊安全保障及國際性連鎖快餐店快餐食物等。

2. 產品研究報告：該委員會對各類產品亦進行研究，目的是為解答疑問及分析產品的聲稱是否屬實。

(三) 研究各行業影響消費者及市場競爭的經營手法

1. 香港目前並無一套全面之公平競爭法，只因應個別行業之情形制定公平競爭法例，並在 1998 年設立「競爭政策諮詢委員會」，監察其「競爭政策」之實行情況。
2. 為確保市場公平競爭及效率，促使企業為消費者提供更多產品選擇和更便宜的價格，該委員會除了於 2000 年 4 月受邀擔任「競爭政策諮詢委員會」成員外，並進行多項有關競爭問題之研究，包括汽油、柴油及石油氣市場、教科書零售市場及書商餽贈行為、電梯及氣體管道維修保養、超級市場、電子商務等；研究各涉嫌違反公平競爭投訴案件，並就涉及競爭問題的政府諮詢文件提出意見(如電訊條例草案、香港電力供應聯網與競爭、優質旅遊服務計劃、商標條例草案、「如何改善對

廣告之監管」等)。

(四)推行消費者教育活動，讓消費者認識其應有的權利

1. 消費者教育活動：本年度內計辦理 162 項，包括講座、遊戲日、參觀和夏令營等。主題包括消費者權益和責任、消費者保護法例、消費陷阱的自保法、消費及海味、電器、健康食品等的購買指南等。
2. 慶祝消委會 25 週年教育活動，並特別舉辦「消費文化考察報告獎」和「消費權益社區領袖訓練計劃」。「消費文化考察報告獎」活動，有 64 間學校共 166 組同學參加，參加者根據各自搜集的資料，完成超過一百份有關香港地區消費文化的研究報告；「消費權益社區領袖訓練計劃」係與香港大學教育學院及中西區校長會合辦，時間長達一年。課程包括領袖才能及生活技能訓練、消費常識等。旨在培訓一班香港的中學生及大專生，成為將來的消費教育工作者。各隊參賽同學必須在三間老人院及六間小學內，策劃及推動九個消費者教育活動，同時，需參與「模擬消委會的會議」比賽，扮演該委員會委員，召開會議商討重要消費政策。
3. 其他包括製作消費者教育教材、配合「全球掃網日」，發起香港網上購物保障活動、興建「尖沙咀消費者教育資訊中心」。

(五)推廣消費者資訊

1. 出版「選擇」月刊：於 1976 年創刊，刊載有關消費者權益的資訊和意見。內容除了詳列產品試驗報告、專題研究報告和調查報告外，並有包括健康與營養常識、消費者投訴個案實錄、危險產品、投資者教育、環境保護及全球性爭取消費者權益的活動等。月刊不接受商業廣告，並依「消費者委員會條例」第二十條，禁止任何人士以該委員會名稱或節錄月刊內容作商業及宣導用途。本年度每期月刊平均銷售量為 27,800 份。
2. 出版「選擇叢書」，包括「置業安居」、「醫療放大鏡」、「消費陷阱實錄」等，此外，將所完成之銀行、超級市場、廣播、私人住宅物業及香港整體市場競爭問題，出版研究報告。
3. 與各種傳播媒體保持密切之聯繫，除了定期之記者招待會、新聞稿發佈和訪問外，並經常參與電視和電台節目，另並與某一電視台合作每週播出一次「消費廣場」節目，已播放超過三年。此外，亦設有網站，

提供網路資訊服務。

4. 舉辦「消費權益新聞報導獎」：與香港記者協會合辦，以表揚與消費權益有關的出色報導。

(六) 成立「消費者訴訟基金」，為重大影響消費者利益的案件提供法律協助

委員會為消費者訴訟基金之信託人，該基金於 1994 年 11 月 30 日依據一份信託聲明成立。該基金係對提出法律訴訟之個別消費者提供協助，惟運用於同一案件受害的多數消費者上，並不經濟。該委員會建議修改法令，希望對重大的消費者受害案件，委員會能代表消費者要求法庭發出宣告令，或禁止企業經營者作出損害消費者的行為，以求更有效保障消費者權益。

(七) 推廣可持續性的消費(「持續消費」概念)

推動消費者在消費過程中，能兼顧節約能源及保護環境，提倡使用能源效率高的消費品及減少廢物，使環境更健康和清潔，以確立及深化消費文化新思維。

貳、新加坡消費者協會

一、前言

(一) 該協會於 1971 年設立，簡稱 CASE。設立之遠景、任務及策略如下：

1. 遠景：使 CASE 成為一個挑戰如何達成對消費者關心、友善社會的積極、有效率的組織。
2. 任務：透過宣導、教育去保護和強化消費者利益，以促進一個公平、合理的交易環境。
3. 策略：強化協會的組織和結構；設置協會的服務網絡；與政府、商業、貿易單位和專業團體建立良好的關係，以幫助消費者從事理性的消費選擇，得到公平的交易和金錢價值。

(二) CASE 主要工作重點：

1. 為消費者問題提供建議；
2. 幫助受侵害的消費者獲得救助；
3. 編印消費者指南等宣導手冊；
4. 對與消費者相關之時事問題籌組研討會及工作小組；

5.辦理家庭消費商品的價格調查；

6.透過大眾媒體傳播消費資訊。

(三) CASE 的會員：包括捐助者、公共團體、通信會員、普通、終生和家庭會員。迄 2001 年 3 月 31 日止，全體會員總數(含公共團體會員)達 743,963 位。

二、組織架構簡介：

(一) CASE 中央委員會由一位會長、三位副會長和不超過十六位的委員所組成，每三年改選一次。中央委員會又透過數個專業的委員會推動會務。目前共設有十一個專業委員會，分別為建置委員會 (Establishment Committee)、消費者事務委員會 (Consumer Affairs Committee)、會員資格委員會 (Membership Committee)、成本檢視委員會 (Cost review Committee)、廣告委員會 (Advertising Committee)、募款委員會 (Fund raising Committee)、消費者教育委員會 (Consumer Education Committee)、仲裁陪審團 (Mediation Panel)、編輯委員會 (Editorial Committee)、公共關係委員會 (Public relations Committee)、信用管理委員會 (CaseTrust Management Committee)。

(二) CASE 目前共有包括執行長及副執行長等十位職員，由執行長及副執行長督導推動各項行政事務。CASE 之組織圖如附件二所示。

三、CASE 之財源：

(一) CASE 之財源來自會員會費、政府的資助、行政規費、捐款、贊助及其他。

(二) CASE 所辦理活動是接受來自政府部門，如國家貿易協會 (National Trade Union Congress, NTUC)、新加坡勞動基金 (the Singapore Labour Foundation, SLF) 及 NTUC INCOME 的援助；年度的政府補助主要來自工商部 (Ministry of Trade and Industry)；所出版之「The Consumer」月刊，則主要來自 NTUC INCOME 的贊助。

四、CASE 之主要活動及成果：

依據該會 2000/2001 年報資料，各項活動成果如次：

(一) 消費者保護方面

1. 法制推動

(1) 就產品安全，如過期食品、手機輻射、汽車輸油管等消費問題進行調查，並協助調處不實廣告、銀行服務、牛奶價格等消費糾紛案件。

(2)與相關政府部門，如工業部、商業局、貿易發展委員等密切合作處理分時渡假(Timeshare)、多層次傳銷(Pyramid Selling)及投機商號(Bucket Shop)所引發之消費糾紛案件。

2. 爭議處理

(1)2000 年所受理消費者來電、傳真及親自來訪之申訴及諮詢案件計 13,995 件，少於 1999 年受理之 16,180 件。其中有 508 件提供仲裁協助，而有 224 件成功的達成和解。

(2)就消費者以電話申訴或諮詢之案件而言，案件數最多者為「翻修及裝飾」之 901 件，其次為「分時渡假」之 887 件，再其次則為「傢俱及陳設品」(739)、「車輛」(601)及「電器及電子商品」(552)，這五項已經連續兩年成為 CASE 的主要消費糾紛類型。

(3)CASE 自 2000 年 9 月 9 日起開放投訴熱線，其法律門診時間為每星期六下午一時至四時。

3. 擔任消費者的代表：CASE 亦常受邀以消費者代表之身份參與國家機構和相關團體處理生活花費、食物、環境、品質和安全及標準化之消費者保護有關事務。為了獲得相互間更多的理解，CASE 也與數個組織進行對話及非正式的討論。

(二)消費者教育和資訊

1. 研討會及演講：舉辦例如“消費者自覺論壇會(Consumer Awareness Forum)”及財務規劃、多層次傳銷、著作權、旅遊等研討會；此外，CASE 也於南洋科技大學等大專院校舉辦演講會。

2. 媒體關係：CASE 與各平面媒體保持密切之聯繫，並經常就公平交易立法、虛偽不實廣告、分時渡假等消費問題舉辦記者會。

3. 電視節目：CASE 積極參與如消費信用等與消費者保護有關之現場談話及訪問之電視節目。

4. 電台開講：自 2001 年 4 月 2 日 CASE 在電台開播“CASE Talks”的週期性帶狀節目，針對各種不同領域之消費問題，如投機商號(bucket shop)、多層次傳銷、汽車維修等，提供消費資訊給消費者。另每週一上午也有二個代表 CASE 的節目在空中討論及回答消費者問題。

5. CASE 網站：CASE 已設有網站，網址為 www.case.org.sg，為利網友利用，隨時進行網頁之更新，以加快網頁瀏覽及資料下載之速度。網站

上之資料包括 CASE 簡介、中央委員名單、位置圖、聯繫方式、工作紀要、最新之新聞稿、申訴程序等。

- (三)國際關係：本年度之國際活動包括接待瑞典代表來訪並簡報 CASE 業務、參加國際標準組織(ISO)之消費者政策會議、與美國自由貿易協定協商工作小組會面、加入成為國際消費者食物組織聯盟(International Association of Consumer Food Organisations,IACFO)會員，以及加入美國、英國及日本在確保安全和食物供應之合作關係。
- (四)推動公平交易立法：為推動制定新加坡公平交易法，與新加坡旅遊協會、人力資源研究所、新加坡電訊及直銷協會組團赴澳洲及紐西蘭訪問澳洲公平交易法實施情形，並將訪查結果向新加坡工商部簡報。工商部已參考 CASE 建議，組成立法聯合作小組。

五、未來工作目標

(一)消費者保護方面：

1. 推動公平交易法儘速完成立法。
2. 推動 CASE 信用計畫(CaseTrust programme)，評選優良商店。

(二)消費教育與資訊

1. 希望在預算許可下，增加工作人力，以充分為消費者處理申訴案件及提供諮詢。
2. 希望改良電話系統，改善目前電話線路擁擠問題及增加語音留言功能，使消費者來電佔線時能留下訊息，以便 CASE 能在最短的時間內予以回應。
3. 此外，將加強消費爭議仲裁之功能，以和平、有效的解決消費者爭議，而不需要訴諸於法律途徑。

參、結語

香港及新加坡之消費者保護工作主要由民間消費者保護團體推動，香港消費者委員會及新加坡消費者協會為該兩地推動消費者保護工作最主要之消費者保護團體，而兩地政府則透過對消費者保護團體運作經費之補(捐)助，支援消費者保護團體推動消費者保護工作，以維護消費者權益。

香港消費者委員會及新加坡消費者協會所推動之消費者保護工作情形，有些

部分甚有創意，值得我國消費者保護行政機關及團體推動相關業務之參考。

【附註】

一、香港消費者委員會(Consumer Council)會址、聯絡方式：

(一)地址：40 Floor, Tower One, Lippo Centre No. 89 Queensway, Hong Kong。(香港北角渣華道 191 號嘉華國際中心 22 樓)

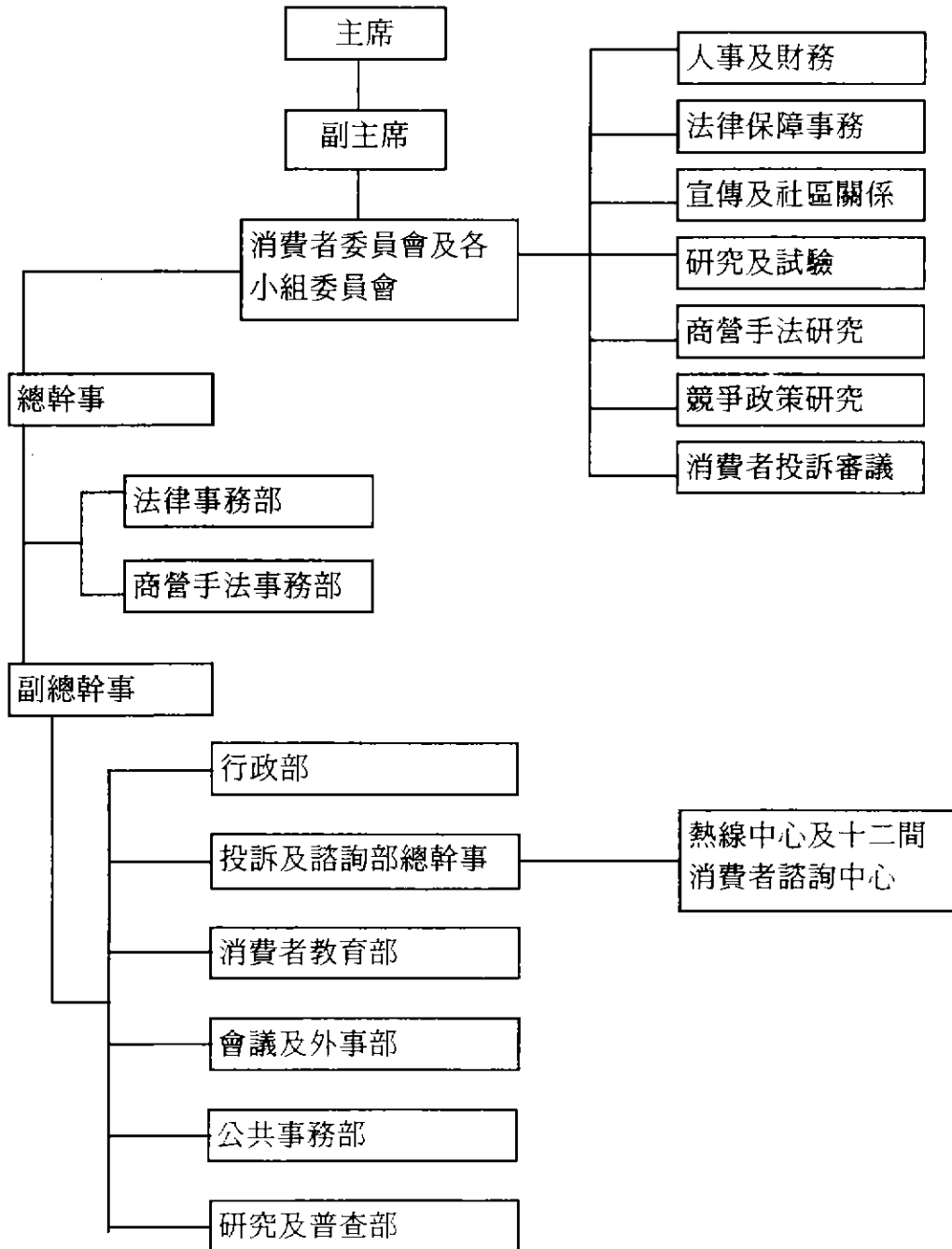
(二)聯絡方式：電話：+852-28563113，傳真：+852-28563611。E-mail：
ce@consumer.org.hk。

二、新加坡消費者協會(Consumer Association of Singapore, CASE)會址及聯絡方式：

(一)地址：Ulu Pandan Community Building #05-01, 170 Ghimmoh Road Singapore 279621。

(二)聯絡方式：電話：+65-4631811, 傳真：+65-4679055；E-mail：
admin@case.org.sg。

附件一 香港消費者委員會組織圖



附件二 新加坡消費者協會組織圖

