

17款防曬底霜或干擾內分泌

或致嬰兒生殖器異常 包括植村秀資生堂等知名品牌

消委會檢視市面37款妝前底霜樣本，按產品標示及經供應商確認成分資料後發現，在20款標榜具防曬效能的樣本中，八成半即17款顯示含有可能干擾內分泌的防曬成分，當中不乏知名品牌，如「雪花秀 Sulwhasoo」、「shu uemura 植村秀」、「SHISEIDO 資生堂」等，而有3款品牌更含可能令部分人士引起光過敏反應的奧克立林。有研究指相關成分有機會削弱生殖能力，令初生嬰兒生殖器異常，消委會建議孕婦、兒童減少接觸。

消委會從市面購入37款妝前底霜樣本，每支售價由108元至995元不等，以每次用量0.51克(或毫升)計算，每日使用成本介乎1.8元至14.4元，費用相差達7倍。而20款標榜具SPF15至SPF50+防曬效能的樣本中，17款顯示含有可能干擾內分泌的防曬成分，其中15款樣本含甲氧基肉桂酸乙基己酯(EHMC)成分，主要用作吸收紫外線，有研究指有可能是內分泌干擾物；3款樣本含有防曬劑奧克立林亦會影響內分泌，同時對非類固醇類消炎外用藥物酮洛芬出現光過敏反應的人士亦有機會對該防曬劑產生光過敏反應。

消委會總幹事黃鳳嫻提醒孕婦、兒童減少接觸，「如果是打算懷孕、正在懷孕或正在哺乳的女士，我們絕對不建議使用，因為存在風險，我們不知道風險有多少，每個人的內分泌有多容易被干擾，我們都不知道，安全起見我們建議不要太多化妝，亦不要使用這些妝前底霜。」

部分樣本酒精成分高勿頻用

此外，消委會亦發現有17款底霜含酒精，部分樣本的酒精成分所佔比例或較高，未必適合乾性肌膚人士頻繁使用；逾六成即24款底霜顯示含有香料及/或香料致敏物質，或有致敏風險。黃鳳嫻建議消費者可提前在手腕內側塗塗，觀察有否出現皮膚痕癢或泛紅等不良反應。

檢視亦發現15款底霜顯示含有助提高化妝品穩定性的抗氧化劑BHT，亦有潛在干擾內分泌的疑慮。消委會總結指，37款底霜中只餘2款底霜，「LAURA MERCIER」及「Rare Beauty」沒有標示上述值得關注的成分。



■黃鳳嫻(左)與另一名人士在實驗室環境下，對多款化妝品樣本進行測試。黃鳳嫻正將底霜塗抹於手背，另一名人士則在旁邊觀察。背景有「人體皮膚測試」字樣的海報。



■市民坐上床褥感受舒適度。

14款雙人床褥IKEA性價比最高

一張舒適的床褥是良好睡眠的關鍵要素之一。消委會測試14款雙人床褥，發現有3款壓力分布較不平均，可能影響舒適度；價格方面，同獲4分總評的兩個樣本售價相差逾2.5倍，消委會呼籲市民購買床褥前，應親自試睡約15分鐘感受一番。

消委會測試市面14款床褥的承托力、舒適度及耐用程度，當中獲得4星評分的「IKEA」床褥性價比最高，其耐用程度得分有5分，壓力分布、透濕、穩定程度及點彈性亦有3分以上，售價為2,499元，而同獲4分總評的「舒達」，售價高達8,960元，兩者相差逾2.5倍。

3款壓力測試分布不平均的樣本，分別為「絲漣」、「喜樂居」和「海馬牌」，

前兩者獲評2.5分，後者僅獲2分。消委會指容易令壓力集中在某些身體部位或引起疼痛。至於硬度評級中，「海馬牌」樣本是唯一評為「非常硬」的一款。至於防火性能方面，全部樣本均通過煙頭測試，只有1款泡膠樣本「SKYLER」未能通過小火焰測試。

消委會總結指，袋裝彈簧床褥方面，「歐化寶」、「舒達」、「IKEA」、「無印良品」及「蓆夢思」整體評分高，各項目都表現不俗，惟「無印良品」沒有提供保養；連彈簧床褥方面，「EMMAS」總評分為同組樣本中最高，壓力分布平均，穩定程度高；泡膠床褥方面則「SINOMAX」整體評分高。

進修課程陷阱 消委會接688宗投訴

消委會去年共接獲688宗涉及教育服務的投訴，今年首兩個月亦已接獲94宗相關投訴。有投訴人於社交媒體上留意到B公司的理財課程廣告，標榜會為學員進行「個人資產優化分析」及與「星級導師」面對面請教投資心得。投訴人遂繳付4.8萬元學費報讀，但其後理財顧問卻建議他自行投資海外物業，或推銷其支付十多萬元由B公司代勞投資。投訴人認為實際所提供課程與廣告內容不符，經消委會介入後終獲退回全額學費。

另一名投訴人於社交媒體上留意到A公司推出一個社交媒體廣告營商線上課程，學費8.7萬元，課程顧問承諾每月僅需支付8,700元學費及520元社交媒體廣告費，即日報名更可享「100%退款保證」。惟上課4個月後，投訴人發現要做到如課程所吹噓的增加客戶量，需要每月額外支付1,400元購買電子輔助工具，於是引用「100%退款保證」要求退還已繳交的4個月、合共34,800元學費，惟A公司以各種理由拒絕退款。消委會建議投訴人諮詢法律意見。

1.3萬人從事外賣工作 近35%月入少於5千

過往曾有網上平台食物派送的外賣員拍短片吹噓收入高，但政府統計處昨日發表調查報告顯示，全港近1.3萬名外賣員中、以此為主要收入來源的受訪者，有61%每月平均收入僅為1.5萬元以下，另有近三成半人月入不足5,000元。有工會指出由於多人入行兼黑工加入競爭，令現時外賣員接單單價受壓，另有議員認為疫後北上消費潮和訂外賣食物人數下降，外賣員分得的配送單減少影響收入。

統計處報告書指出，約12,900人在統計前12個月內有從事食物及貨物送遞數碼平台的工作，從事有關外賣行業的人士普

遍較年輕，52.5%屬15歲至39歲年齡組別，50歲或以上人士則佔24.2%。另外，5,300份平台送遞工作的工作模式為單車手，其次有4,800份工作為「步兵」，而電單車手及客貨車司機則分別佔22.7%和21.6%。多達64.7%的外賣員表示有關工作是其主要收入來源，當中61%每月平均收入少於1.5萬元，其中37.1%人平均月入超過1.5萬元，有34.9%平均每月賺取少於5,000元。

黑工入行加劇競爭

服務業總工會自由工作者分會主席王

師樂表示，目前外賣員每張配送的單價不斷下跌，而且計算方式也非常不清晰，同一目的地但不同配送時間及不同等級的車手接單，單價都有不同，外賣平台拒絕公開演算方法。至於單價下跌，她表示除多人入行外，亦出現持「行街紙」的黑工加入，造成壓價情況。

勞聯立法會議員林振昇指出，坊間確有一些外賣員可能月入兩三萬元，但相信工時很長，且主要是開電單車配送，因電單車有燃油及維修等成本，但整體相當一部分外賣員月入僅5,000元至1.5萬元以下。他認為原因包括疫後北上消費潮，加



■不少市民從事外賣員工作。資料圖片

上市民傾向堂食，令外賣訂單減少影響收入。他指外賣平台「戶戶送」撤出香港後，擔憂其他平台會為競爭而減價，下調給外賣員的酬勞。