

廣告宣稱周五最抵 實際最貴

兩超市大減價

經濟不景氣，「格價」幾乎成為全民指定動作，但消費者委員會調查揭發，本港兩大連鎖超市百佳及惠康號稱「全城最抵」或「買一送一」的物品，並非一定最平最抵，減價廣告宣稱的星期五最抵，原來實際最貴，想買「平貨」反而是星期四。兩間超市有「先加後減」製造減價假象的速銷手法，大有「搵笨」之嫌。

本報記者 蔡淑汶

消委會不評論兩大超市手法有否聯手托價之嫌，但期望政府規管減價宣傳手法，並呼籲消費者小心格價，勿被「假優惠」矇騙。

號稱全城最抵剛相反

消委會於去年十月至今年二月期間，分析百佳及惠康兩間超市共二百八十八件貨品的每日網上價格，發現優惠未必真正惠及消費者，有時減價反而較平日更貴。消委會宣傳及社區關係小組主席何沛謙表示，超市廣告經常標榜「最低價」、「買一送一」和「加一元多一件」等優惠，號稱貨品全城最抵，但與實際情況剛好相反，建議市民不要輕信超市的宣傳，應多自行比較價格，勿被「假優惠」矇騙。

他說，以一款三百三十毫升的啤酒為例，兩大超市去年十一月十四日每罐零售價由五元九角加至六元一角，再在一日後加價四角，兩日內就加價一成，達至六元五角，但又提供以十二元三角買兩罐的優惠，平均每罐六元一角五仙，較前兩天的價錢貴百分之四。至於優惠期後，這款啤酒每罐只售六元一角，比優惠價便宜五仙。「有時減價並唔係真正優惠，好可能係速銷手法，希望你買多兩件（貨品）。」何沛謙說。

星期四售價更便宜

星期五的貨品是否一周最抵？何沛謙說，兩間超市有「先加後減」製造減價假象的速銷手法，超市經常在星期五刊登減價廣告，但所收集的數據顯示，百佳有近七成二貨品的平均售價在星期五最貴，惠康則有五成半是最貴，相反在星期四，百佳則有五成二貨品是最便宜，惠康亦有近四成八的貨品最便宜。「換言之，消費者在星期四到兩間超市購物，買到平價貨的機會較大，星期五不一定最平。」

消委會總幹事劉燕卿表示，消費者切勿盲目相信廣告宣傳，或因貪小便宜，為超市送贈的禮品和印花，刻意購買更多不必要的物品。她說，消費者應仔細留意價格變動，小心格價。

消委會籲規管宣傳手法

消委會又發現，超市出現「跟價」現象，即超市會不時調整價格，緊貼對手的價格變動，「加價或減價都會同步進行」，其中以麵包與蛋糕最常見。何沛謙說，以澳洲為例，當地政府有法例規管，如超市推出減價品，該減價貨的價格一定要較前一段時間便宜，不能像香港般「今日加，明日減」，而是要在比較長時間的平均價格較平，他建議政府規管超市貨品減價的宣傳手法，保障消費者權益。

人民幣升值令糧油食品價漲 食油價勁升七成七

【本報訊】消委會調查發現，去年二百項超市貨品，其中七成五貨品的平均售價較零七年上升一成二，當中以糧油和罐頭食品升幅最大，達三成五，有食油的售價更勁升七成七，而其他升幅顯著的貨品，包括罐頭、即沖飲品、麵包、蛋糕及奶類飲品等，唯一有跌幅的是酒類飲品，平均下跌百分之八。消委會冀在環球經濟下滑的情況下，物價可相應下調。

消委會的調查來自本港三大連鎖超市，包括華潤萬家、百佳和惠康，二百項貨品的電子掃描數據，將零七年與零八年的平均價格作比較。在二百項超市貨品中，有七成五貨品的平均售價較零七年上升一成二，以食油、罐頭豬肉及食米的平均售價升幅最大，全部超過三成。以三點七八五公斤裝萬歲粟米油為例，零七年售價是五十七點四元，去年售價勁升至一百零七元，升幅高達七成七。

消委會宣傳及社區關係小組主席何沛謙表示，受到人民幣升值的影響，不少內地輸港罐頭食品在去年大幅漲價，最高升幅達六成二，去年新鮮豬肉價格大幅上升的同時，罐頭豬肉價格亦錄得逾五成升幅。他說，去年的奶粉恐慌，令不少內地人來港搜購嬰兒奶粉，亦間接推動了奶粉的零售價，個別升幅由百分之六至一成五不等。

對於百物騰貴，即使經濟環境轉差，物價似乎沒有相對下調。消委會總幹事劉燕卿表示，前年通脹高企，主食糧及副食品價格大幅上升，至去年第四季升幅才收窄，但今年二月的綜合消費物價指數，較去年同期微升百分之零點八，食品價格則上升約百分之一，升幅稍為緩和，冀商戶在環球經濟下滑的情況下，考慮惠及消費者利益，可相應降低產品零售價。

加一元多一件貨品 結賬竟收兩件價錢

【本報訊】消委會去年共接獲三百五十五宗有關消費者對超市的投訴，今年首三個月則有六十七宗，主要是價格爭議，其中一百二十九宗是投訴超市的標價與結賬時所收取的賬目有出入，又有消費者投訴購買「加一蚊多一件」的貨品，在結賬時被超市收取兩件貨品的價錢。

去年接投訴355宗

消委會總幹事劉燕卿表示，消費者對超市的投訴主要涉及價格爭議，如多收錢或貨品加價等，提醒消費者在結賬時應仔細檢查單據，並清楚所購買的物品價格，若有賬單疑問，應立即與職員聯絡。

▶ 超市貨品種類多，市民喜往光顧



▲ 消委會調查發現，萬歲牌食油去年漲價逾七成

▼ 謝小姐表示，早已得知超市賣的貨品價格較貴，近年已減少光顧，會到街市或雜貨店購物（本報攝）



▲ 黃小姐表示，超市較方便及乾淨，一星期會光顧三至四次，即使價格較為昂貴，亦沒有考慮減少光顧



▲ 消委會調查發現，本港兩大超市有「先加後減」製造減價假象的速銷手法，呼籲消費者要小心格價，勿盲目相信廣告

（黃洋港 摄）

► 消委會宣傳及社區關係小組主席何沛謙表示，市面上部分漱口水含有影響味覺的「葡萄糖酸氯己定」成分，呼籲市民勿長時間使用

（蔡文豪 摄）



漱口水影響味覺 勿亂用

一般人只需早晚刷牙或牙線已足夠

【本報訊】市民以為刷牙後，再用漱口水，雙重殺菌消毒。不過，消委會報告指出，市面上部分漱口水含有影響味覺的「葡萄糖酸氯己定」成分，呼籲市民切勿胡亂使用。衛生署表示，一般人不需要常用漱口水，應用前需先諮詢牙醫意見，只要早晚刷牙，以及使用牙線清潔已足夠。

市面出售的漱口水有多種配方，可能採用不同的殺菌成分，如百合酚、三氯生、葡萄糖酸氯己定等。其中葡萄糖酸氯己定證實有效抑制牙菌膜滋長，防止牙周病，但同時發現若長期使用，會令牙漬容易沉積於牙齒表面，以及影響味覺。消委會引述牙醫稱，一般含有葡萄糖酸氯己定配方的漱口水，配給牙周病患者、口腔潰瘍或做完口腔手術的人，但不應長期使用，避免令牙漬沉積。

五顏六色的漱口水令人目不暇給，對於兒童

而言卻是一個陷阱。消委會表示，大部分漱口水無防止兒童誤服的樽蓋，漱口水顏色鮮艷，氣味吸引，令兒童以為是果汁、汽水而誤服。消委會呼籲家長應以漱口水妥善放置，避免兒童接觸。消委會引述衛生署表示，如果每天起床及睡前用含氟化物牙膏及牙刷徹底清潔牙齒，一般人毋須使用漱口水。

此外，消委會表示，部分人使用含酒精成分的漱口水，可能會感到口部、嘴唇乾燥不適，甚至暫時失去味覺，建議口部常感乾燥的人不要使用。至於外國有研究指出，含酒精漱口水會增加患口腔癌風險，消委會引述香港牙醫學會說，目前研究未有定論。衛生署表示，暫時未有事實顯示，酒精漱口水與增加患口腔癌風險有直接關係，強調一般人不需要常用漱口水，早晚刷牙和使用牙線已足夠。

百佳：數據未反映實情 惠康：網上可參考貨價

【本報訊】對於消委會指兩大連鎖超市經常在星期五刊登廣告宣傳大減價，但實際情況卻是星期五的貨品最貴，又有「跟價」情況，以及「先加後減」的速銷手法，百佳超市回應表示，消委會的調查只涉及其出售的貨品不足百分之一，有關數據並不反映現實情況；惠康則表示，貨品定價受來貨價和成本等多個因素影響，會增加貨品價格的透明度，為消費者提供優質選擇。

百佳發言人表示，該公司出售的貨品超過三萬種，而消委會的調查只涉及二百八十八件貨品，只佔不足百分之一，有關數據並不反映現實情況。發言人表示，為客人提供許多一次性優惠，如易賞錢積分或以積分換禮品等優惠，都未有在調查反映出來。超市日後會為顧客提供更多服務和優惠。惠康發言人則表示，貨品定價受多項因素影響，包括來貨價、成本和競爭環境等，價格變動反映了這些因素的變化。公司會致力提高價格透明度，每天在網站提供大量貨品的最新價格資料供消費者參考。

