

消委會揭九成減量變相加價

超市貨「縮水式通脹」 糖果餅乾零食最普遍



消費者委員會昨日公布調查發現，抽取超市的六十二件貨品中，九成貨品有減量，尤以食品類最多。大公報記者林良堅攝

消委會報告

全球通脹下，超市部分貨品售價不變，但容量或重量「縮水」。消費者委員會昨日公布調查發現，抽取超市的62件貨品中，九成貨品有減量，尤以食品類最多，25件貨品容量或重量減少10%以上，最普遍為糖果、餅乾及零食。其中「家樂氏香甜玉米片」的重量減少三成、「固力果百力滋沙律餅乾條」的重量減少17.5%，另有三件貨品在不足三年期間的容量及重量減完再減。

消委會提醒市民，購物時留意商品包裝上若出現「升級」、「新配方」等字眼，可能意味着貨品重量出現變化；另建議廠商調整重量或容量時，應在貨品包裝上或銷售點告知消費者，增加資訊透明度。

大公報記者 鍾佩欣

市民大眾到超市「大掃貨」格價時，除留意價錢，更留意貨品的容量或重量。消委會分析2021年初至今今年7月的超市數據，發現62件貨物中，近九成的容量或重量減少，變相「縮水」，涵蓋零食、糖果、日用品等，其中有25件的容量或重量減少10%或以上。

三款貨品三年內減量兩次

減量最多的是「家樂氏香甜玉米片」，由250克減至175克減少30%，雖則減量後售價便宜六元，但每十克售價貴0.13元；「家樂氏原味玉米片」由340克減至275克減少19.1%；「百邦迷你蝦餅（條裝）」由38克減至33克減少13.2%；「葡萄適能量飲品（香橙）」由一公斤減至900毫升。調查亦發現，部分貨品包裝內分成多件小包裝的食品，其重量的減少或由於小包裝的數量有所減少。例如「麥維他Club朱古力夾心橙餅」由8件裝176克，減至7件裝154克，減少12.5%，同時售價由33.5元提高至37元；「固力果Pretz百力滋沙律餅乾條」由9包143克，減至8包118克；「M&M's花生朱古力」由15包202.5克，減至13包175.5克。

調查發現，三件貨品的重量在不足三年

內，分別減少兩次，兩款的「奧利奧夾心曲奇」的重量累計減少10.1%及6.1%；「喜躍乾貓糧（海洋魚總匯）」在2022年3月由1.2公斤減至1.1公斤，其後在今年7月再減至1公斤，約兩年間其重量減少了約16.7%。

倡訂「單位價格」增透明度

消委會宣傳及社區關係小組主席林凱章表示，在消費者眼中，這等於變相加價，「這種『縮水式通脹』已成為全球不少國家的現象，在我們香港也不例外。」

消委會總幹事黃鳳嫻稱，香港的大部分產品均是進口，暫不需要依靠法例管制生產商。消費者最關注是知情權，消委會認為最適合的方法是制訂「單位價格」，同時顯示物品的總售價和單價，讓消費者清楚知道產品有否加價，容易比較各品牌的同類商品。

「Dreyer's」、「能得利」及「喜躍」的進口商表示，貨品容量或重量變動，是因應生產廠房的優化計劃，盡量統一不同市場貨品的包裝容量或重量，或配合生產廠房操作而改變生產模具的容量。「麥維他」的分銷商回應稱，由於原材料費、物流費及工人工資上漲等因素，因此決定加價並同時縮減貨品重量。

超市減量貨品（部分）

- 家樂氏香甜玉米片**
 - 重量由250克 → 175克
 - 變動百分比：-30%
- 固力果Pretz百力滋沙律餅乾條（17.9元）**
 - 重量由9包143克 → 8包118克
 - 變動百分比：-17.5%
- M&M's花生朱古力（33.5元）**
 - 重量由202.5克 → 175.5克
 - 變動百分比：-13.3%
- 麥維他Club朱古力夾心橙餅**
 - 重量由8件裝176克（33.5元） → 7件裝154克（37元）
 - 變動百分比：-12.5%
- 利口樂檸檬薄荷潤喉糖（16元）**
 - 重量由45克 → 40克
 - 變動百分比：-11.1%
- 寶礦力水特電解質補充飲料沖劑（53.5元）**
 - 重量由74克 × 5 → 66克 × 5
 - 變動百分比：-10.8%
- 花王Merries紙尿片（初生）**
 - 容量由90片 → 76片
 - 變動百分比：-15.6%
- 舒適Hydro防敏剃鬚啫喱泡**
 - 重量由236克 → 198克
 - 變動百分比：-16.1%

資料來源：消委會

韓法規定商戶須展示改動

他山之石

多個地區面對「縮水式通脹」，已開始推行相關政策或研究，以保障消費者的權益。以韓國為例，當地公平交易委員會在今年5月宣布管制措施，當商家減少食品及日用品的容量或重量而令單位售價提高時，必須告知消費者相關改動，包括在貨品包裝上展示，並於店舖或網站刊登通知，否則初犯者可被罰款五百萬韓圓（約港幣29500元），再犯則可被罰款一千萬韓圓（約港幣59000元）。

法國政府從今年7月起立法規定，生產商必須通知零售商及展示相關變動的詳情，其內容包括容量或重量及每單位售價的變化。違例者可被罰款高達15000歐元（約港幣13萬元）。

澳洲消費者權益組織發表研究報告，公開與「縮水式通脹」最相關的貨品，當中以穀類早餐、薯片、餅乾及家居清潔用品的每單位售價增加較多，部分貨品的每單位售價上升超過120%，讓消費者得悉。 大公報記者 鍾佩欣

電子禮品卡有效期差異大

【大公報訊】記者鍾佩欣報道：踏入數碼時代，不少市民會選擇挑選電子禮品卡作禮物，消委會檢視市面上10間零售商的電子禮品卡，發現市面上的電子禮品卡條款欠清晰，各商戶的禮品卡使用期限差異大，最短只得一年；有商戶要求登入應用程式或註冊會員才可使用禮品卡。

消委會選取10間有發售電子禮品卡的零售商，其中六間屬「時裝及運動服飾」，其餘四間為「家居用品、玩具及配件」，電子禮品卡面值由每張最低50元至最高11000元不等。消委會於今年8月至9月，以消費者身份購買該10間商戶的電子禮品卡，並從其網站、使用條款及客服等渠道，取得相關服務資料。

消委會發現，各商戶的禮品卡使用期限差異大，「Cotton On」、「Lululemon」、「Zara」三間商戶列明不設限期直至金額用完，而「馬拉松及Catalog」、「玩具反斗城」、「FrancFranc」、「Homeless」四間商戶有效期限大約只有一年。

另外，「Lululemon」的條款訂明假如卡內餘額少於10美元，可以現金方式退還。不過消委會實試員嘗試到門市兌現港幣20元（約2.56美元）的禮品卡餘額時，店員稱未得悉有關安排，客服回覆指出「除非法律要求，否則禮品卡不得退回、轉售、轉讓、兌換現金或用於任何其他賬戶」，消委會認為商戶的條款與實際做法或有差異，易引起消費糾紛。

消委會發現，「Casetify」要求消費者將禮品卡綁定至會員賬號，可於實體店使用電子禮品卡結賬。網店方面，「Catalog及馬拉松 Marathon Sports」和「迪卡儂 Decathlon」要求持卡人登入或註冊賬戶。消委會認為，上述三間零售商應考慮解除有關捆綁要求，盡量簡化禮品卡的使用流程。

首九月22宗婚禮投訴 場地及服務不似預期

【大公報訊】記者鍾佩欣報道：消委會今年首九月共接獲22宗關於婚慶場地及相關服務安排的投訴，包括場地重新裝修風格大變與新人預期落差大、自助婚慶僅設兩小時限制，以及商戶未能安排實地視察卻要新人先落訂，不合意亦不能退款等。消委會呼籲市民簽訂合約前，應先向商戶了解場地設施與餐飲細節安排，同時應確認有關安排及收費都列明在合約內。

消委會建議，業界應積極加強與消費者的溝通，加強培訓職員，提供更人性化的服務。同時要適時提供具體和準確資訊，例如主動向消費者披露場地有可能變動的風險，盡力安排實地視察的機會，亦可考慮在合約中特設與場地參觀有關的條款，以助提振消費信心。

韓國一款維他命C護膚品無維他命C

維他命C精華評分樣本

Target Pro by watsons (30毫升/299元)

- 產品名稱：Boosting correct skin Complexion Vitamin C10 Concentrated serum
- 維他命C濃度：9.6%（與標示差異-0.4%）
- 總評：★★★★★

The Ordinary (30毫升/101元)

- 產品名稱：8%維他命C 2%熊果苷面部精華
- 維他命C濃度：7.8%（與標示差異-0.2%）
- 總評：★★★★★

ASDceuticals (30毫升/420元)

- 產品名稱：Advanced C 10% Antioxidizing Serum
- 維他命C濃度：9.7%（與標示差異-0.3%）
- 總評：★★★★★

SkinCeuticals (30毫升/1580元)

- 產品名稱：濃縮維他命C E FERULIC精華
- 維他命C濃度：13%（與標示差異-2%）
- 總評：★★★★★

MISSHA (30毫升/185元)

- 產品名稱：Vita C 緊緻提亮收毛孔美容液
- 沒有維他命C成份
- 檢出兩種香料致敏物質
- 總評：★★★

資料來源：消委會

【大公報訊】記者鍾佩欣報道：維他命C是近年護膚品的常見有效成分之一。消委會測試17款精華液美容液維他命C，10款的測試結果均低於標示濃度，其中韓國品牌「MISSHA」樣本沒有檢出維他命C，同時檢出兩種致敏香料；另有四款樣本總評為五星，其中加拿大品牌「The Ordinary」30毫升，售價為101元，性價比最高。

消委會測試涵蓋17款標示含維他命C的精華液或美容液護膚品樣本，價錢由101至1580元，結果發現部分樣本驗出的維他命C濃度與標籤差異頗大，其中「Kiehl's」的驗出濃度與標示相差6%；「DR. DENNIS GROSS」及「DERMA LAB」分別相差4%。

七款檢出香料致敏物質

是次測試結果顯示，沒有樣本檢

出禁用香料致敏物質，但有七款樣本檢出共七種歐盟限用的香料致敏物質，其中「Trilogy」及「Dermacept」檢出三種香料致敏物質；「Laneige」、「樂敦CC」及「MISSHA」各檢出兩種致敏香料，其中只有三款有在產品包裝上明確標示所有或部分相關成分。



消委會表示，若患濕疹或過敏人士過量接觸相關物質，有機會出現過敏性接觸性皮炎及紅疹等症狀，促請廠商積極改善產品的標籤資料，提升透明度，保障消費者健康。消委會建議選擇容量較小和以密封型或茶色玻璃瓶包裝的產品，並遠離陽光直射。

「Kiehl's」品牌集團表示，維他命C濃度會隨時間推進而降低，其他儲存條件包括溫度、光線及測試方法等各項因素，都可能影響「抗壞血酸」的穩定性，導致測試含量出現變化。

「DERMA LAB」代理商表示，維他命C是容易氧化的物質，整體維他命C濃度有機會隨時間下降。「Dermacept」生產商向消委會提供第三方測試報告，以證明該產品的低pH值不會對皮膚造成不良影響。

6萬年一遇彗星 香港可肉眼觀賞

【大公報訊】記者華英明報道：6萬年一遇的「紫金山—阿特拉斯」彗星，十月最接近地球，自上周開始，這顆彗星在本港上空出現，預計會出現至下周初期，令全港掀起「追星熱潮」。在日落後，由於可短暫用肉眼看到，香港各處都有市民目擊或拍攝到彗星劃破長空一刻。在天文台Facebook專頁，更有不少市民留言分享自己拍到的得意之作。

「紫金山—阿特拉斯」彗星（Comet C/2023 A3 Tsuchinshan-ATLAS）於2023年被發現，是中國科學院紫金山天文台發現的第8顆彗星，故中文取名為「紫金山—阿特拉斯」彗星。

「紫金山—阿特拉斯」彗星屬於非周期彗星，軌道是一個特殊的橢圓形，繞太陽一圈需約61751年，即每隔六萬多年才有機會見到一次，機會難得，非常值得期待。



「紫金山—阿特拉斯」彗星劃破長空。網圖

損害商譽的唯利是圖



透視鏡 蔡樹文

消費者委員會檢視超過60件於過去約3年半在容量或重量上有變動的超市貨品，發現當中逾9成的容量或重量均有所減少，「瘦身」最高達到3成，有3款貨品在不足3年內更「減磅」2次。若以貨品的平均每單位建議零售價計算，近4成獲廠商提供建議零售價的貨品「變相加價」幅度逾10%，升幅最高的更達到26.2%。香港現行法例沒有對超市貨品價格作規限，但某些在超市出售的

知名食品及日用品，出現容量或重量減少，售價維持不變的情況，難免有部分消費者蒙在鼓裏。貨品悄悄「縮水」，商家基本上不會就此宣傳，相關做法在消費者眼中，是「變相加價」的掩眼法，顧客挺貴貨之餘，貨品商譽受到一定程度的損害。

商家與其「側側膊，唔多覺」暗地裏加價，倒不如大大方方向消費者表白，換來的是消費者諒解，而非劣評，開誠布公也是公開技巧。