

香港旅遊業議會

《2012 年商品說明(不良營商手法)(修訂)條例》

「執法指引」第二次簡介會 (2013 年 3 月 15 日)

問 1: 旅行社是提供服務的公司，其供應商包括有酒店或航空公司。如果航空公司有超賣而未能提供機位或其他原因取消班次的情況，究竟責任是由代理商即旅行社，還是由航空公司負責？如供應商是外地公司，會否同樣受此法例管制？

答 1: 《修訂條例》訂明「商戶」的定義是任何人(包括以公司、僱員或銷售代表的身份)向消費者售賣貨品或提供服務。任何人在營商過程中作出虛假商品說明或觸犯不良營商手法都同樣面對刑責。(有關詳情請參閱《執法指引》擬稿乙部《一般指引》第八章－有關人士的法律責任。)

海關執法時會充份搜集有關證據，以確定責任誰屬。實際個案要根據調查結果及相關證據才能判斷。海關人員亦會充份考慮有關涉案人士是否有免責理由，包括《修訂條例》第 26, 26A 及 26B 的免責辯護理由。

此外，《修訂條例》對外地公司並沒有司法管轄權。

問 2: 旅行社向客人售賣機位連酒店套票時，一般的做法是先確定機位才訂酒店。如果旅行社在接受付款時已和客人有清晰協議，如所訂酒店已滿，可替客人代訂其他價格相近的酒店，在機位確定但酒店未能確定的情況下，旅行社有否違犯《修訂條例》中的先誘後轉銷售行為？

答 2: 如旅行社在所訂酒店已滿時代客人訂其他價格相近的酒店，在事前已有向客人講述並獲客人接受，便不屬於《修訂條例》中的先誘後轉銷售行為或不當地接受付款。

問 3: 在廣告中宣傳幾個旅行團時，難以像銷售其他產品在廣告中用確實的定價，標明可購買的數量單位，基於成本及產品性質，所以不可能只詳列單一個旅行團套餐的內容及價錢；如在廣告中用一個團費「\$2,000 起」來宣傳幾個旅行團，當中可能已包括不同出發日期及長短行程，這會否犯例呢？

答 3: 廣告版位有限，正如用手提電話短訊作宣傳，很難把所有資料放進同一廣告。穩妥的做法是第一不要有虛假陳述，第二不可有誤導性

遺漏。有關其他詳情，如不同旅行團套餐有不同行程內容及價錢，這些都要有一個渠道提供給消費者進一步了解。這些渠道可包括電話查詢或網上查詢，令顧客在作出交易決定前可以得知其他重要資料。

問 4: 如果有旅客投訴導遊，但沒有第三者見證，你們會怎樣處理？

答 4: 海關進行調查，不會只聽取單方面的證供。我們會向各方面查證，然後根據證供作出判斷投訴是否成立。

問 5: 旅行團廣告中是否必須清楚說明關於旅行團的購物點及景點？

答 5: 關於旅行團的購物點及景點安排，如屬重要資料，就必須在廣告中清楚說明。香港旅遊業議會的指引中亦有具體列出一些有關旅遊廣告必須清楚到明的資料。

根據《修訂條例》，如遺漏或隱瞞重要資料而導致或相當可能導致一般消費者作出某項交易決定，而如沒有遺漏或隱瞞該重要資料，該消費者是不會作出該項交易決定的，則屬違反第 13E 條的誤導性遺漏。

問 6: 如航空公司通知旅行社有特價機位 60 個，但這個優惠並不是由一間旅行社包銷的，當某一間旅行社在廣告中以特價機位 60 個作招徠，最後卻因為特價機位售罄未能替客人購買特價機位，旅行社會否觸犯餌誘式廣告宣傳？

答 6: 《修訂條例》第 13G 條餌誘式廣告宣傳訂明，在顧及廣告宣傳的性質及該商戶經營業務的市場性質的情況下，如沒有合理理由相信某商戶能在合理期間內，按某指明價格要約供應或提供合理數量的該貨品或服務，則該商戶不得按該價格宣傳貨品或服務。在顧及經營業務的市場性質及有關廣告宣傳的性質後，商戶如未能在合理期間內，要約按該價格供應合理數量的該產品，亦屬犯罪。

實際個案的問題要根據調查結果及相關證據才能判斷。執法機關執法時亦會充份考慮有關人士是否有免責理由，包括《修訂條例》第 26 及 26A 條的免責辯護理由。

如旅行社不能確定自己就某產品的供應數量，穩妥的做法是不要刊登某產品的售價及不要刊登產品的供應數量。