

**Forty-eighth Meeting of
the Business Facilitation Advisory Committee**

***The Consumer Council
Introduction of its role in facilitating business
through Dispute Resolution***

Purpose

This paper provides Members of the Business Facilitation Advisory Committee (BFAC) with an overview of the functions and structure of the Consumer Council (the Council) and the content of the flagship publication of CHOICE Magazine. It also introduces the roles of the Council in facilitating business through resolving disputes between consumers and traders and its development in the application of advanced technology in dispute resolution.

Background

2. The Council was established in 1974, and has been striving to safeguard the interests of consumers.
3. The flagship publication of CHOICE Magazine of the Council aims to promote consumer education to the members of the community through complaint repository, product testing and market research, and product quality/price monitoring to protect the rights of consumers.
4. The Council strives to be the trusted voice for building a safe and sustainable consumption environment, and strengthening communication and liaison between consumers and traders, which are closely related to business facilitation.
5. The Council has been acting as a mediator to resolve disputes among consumers and traders. While understanding the difficulties faced by different industries, it shoulders the responsibility of protecting consumers' rights. Therefore, the Council is able to mediate consumption disputes in an impartial manner, and to promote good interaction and communication for exploring a solution that is acceptable to both parties.

6. On the other hand, in order to encourage business and professional organisations to formulate code of practices for improving service quality and strengthening consumer protection, the Council formulated the Code of Business Practice (the Code) with the laundry industry and the jewellery industry in 2015 and 2017 respectively. The Code boosts consumer confidence in the industry and facilitates its sustainable development. Since the formulation of the Code, the number of complaints received by the Council about these two sectors has shown a downward trend, showing the effectiveness of the Code.

7. The United Nations Conference on Trade and Development's 2021 Report points out that by establishing an effective Online Dispute Resolution (ODR) mechanism, it could not only increase consumers' trust in relevant enterprises and sales, but also help enterprises to save costs.

8. In keeping abreast of the momentum of digital transformation, the Council is going to update its complaint handling system and introduce an ODR Platform in the next two to three years. It will enable efficient handling of complaints and provide the most convenient way for complainants and traders to negotiate and resolve consumption disputes.

Platform Features of the ODR

9. The Council expects that upon the setup of the ODR platform, disputing parties can communicate, exchange and view messages and documents online through the platform. The platform also has a notification function to avoid missing messages. If the dispute cannot be settled, the Council may timely intervene in the process to resolve the dispute between the complainant and the trader through conciliation.

10. The new complaint handling system makes use of information technology to analyse data. The scope may cover the trends of complaints and resolution rate, etc. Case information, relevant documents and communication records among disputing parties are maintained in the platform. This helps the Council grasp the crux of issues involved and takes follow-up action on conciliation.

Facilitating Communication

11. In addition, the Council officially launched its WeChat official account on 1 June. The link between Hong Kong and the Mainland,

especially the Greater Bay Area, will grow closer than ever. According to the national development policy, more Hong Kong people will live and work in the “one-hour living circle” of the Greater Bay Area in the future. The launching of the WeChat official account will serve as a source of objective and practical consumption information for across the border.

Advice Sought

12. Members of the BFAC are invited to note the content of the paper and Annex (available in Chinese only).

Consumer Council
July 2022

消費者委員會

致力溝通和聯繫
排解消費者及商戶糾紛

方便營商諮詢委員會第四十八次會議
2022年7月20日



內容提要

- **消費者委員會職能和架構**
 - 旗艦刊物《選擇》月刊
 - 測試及調查報告
- **從排解糾紛中促進營商效益**
 - 消費投訴統計
 - 處理糾紛及調停程序
 - 營商實務守則的成效
- **爭議解決的科技應用**
 - 消費者信任與營商效益的關係
 - 引入ODR目的、特點、功能與效益
 - 開通官方微信公眾號



消費者委員會

使命

- ❑ 倡議 消費者權益
- ❑ 促進 建設性討論以制定保障消費者的政策
- ❑ 加強 消費者維護本身權益的能力

職能

- ❑ 搜集、接收及傳遞有關貨品、服務及不動產的信息
- ❑ 接收及審查貨品及服務的消費者投訴、以及不動產的購買人、按揭人及承租人的投訴，並向他們提供意見
- ❑ 根據所得資料採取相應行動，包括向政府或任何公職人員提供意見
- ❑ 鼓勵商業及專業團體制訂工作守則，規管屬下會員的活動
- ❑ 承擔任何經由行政長官會同行政會議審批的其它職能

消委員會對外架構

總幹事



《選擇》月刊

基本資料

- ❑ 累計出版549期
- ❑ 產品測試數量：>1500個
 - 家居用品、電子及影音、食物及飲品等
- ❑ 共印刷：約16,120,000本
- ❑ 每期出版：約20,000本 **本港最暢銷月刊**

內容

測試報告



調查報告



投訴實錄



測試及調查報告

監測原則

- ❑ 消委會刊物不刊登產品廣告
- ❑ 以消費者身分購買樣本或光顧服務
- ❑ 不容許廠商或供應商利用研究測試結果作宣傳
- ❑ 委託獨立檢定中心

促使提高產品素質

- ❑ 產品測試打破了只由行業提供商品信息的定律，由獨立的第三者以比較的方式評定產品
- ❑ 試驗對市場影響立竿見影，通過消費者的選擇，加速「汰弱留強」的效果，促使製造商提高產品素質
- ❑ 作為市場監察者，有助執法機構對市場上不符合產品質量標準的商品採取行動，令危險產品無生存空間
- ❑ 過去30年間推動政府頒布了多條保障消費者的法例：消費品安全條例、玩具及兒童產品安全條例、電氣產品安全規例、食物標籤規例、中醫藥條例等等

研究報告統計

- 刊登次數最多的試驗報告：相機 (84次)
- 測試最多款樣本的產品：洗頭水 (140款)
- 最暢銷一期的主題：安全套 (銷量達73,000份)
- 發表最多次的調查：超市價格調查 (共178次)
- 《選擇》網上版最受歡迎的收費試驗報告：抽濕機、冷氣機、洗衣機、床褥、空氣清新機

網上價格一覽通

- ❑ 2008年營運
- ❑ 涵蓋10類貨品，共400多項日常食品
的售價
- ❑ 比較4間主要連鎖超市的網上貨品價格



- ❑ 2019年推出全新手機版
網站

2022年：

- ❑ 約2,200件貨品
- ❑ 比較7間超市和連鎖店的
價格

其他價格工具

油價資訊通



2022年4月14日 15:15 更新
汽油價格及優惠

最新門油折扣 常用卡優惠 積分卡優惠

無鉛汽油		特級無鉛汽油	
附近地址	附近地址	附近地址	附近地址
中石化	新豐詳情	中環石油	新豐詳情
9月優惠 \$19.04/升	優惠詳情 \$23.54/升	9月優惠 \$19.24/升	優惠詳情 \$23.54/升

- 2020年營運
- 功能：
 - 每升汽油價格比較
 - 一周折扣及優惠

嬰幼兒奶粉價格調查



香港消費者委員會在不同零售店採集到的嬰幼兒配方奶粉價格資料 (2022年5月)

編號	牌子	系列 / 型號	大型連鎖超市	健與美連鎖店	藥房 / 藥行
1	雅培	恩康純心美 900克	-	-	\$285.0 - \$285.0
2	雅培	心美力知靈嬰兒奶粉 (1) Similac HMO - 900克	\$299.0 - \$299.0	\$279.0 - \$299.0	\$249.0 - \$249.0
3	雅培	心美力知靈嬰兒奶粉 (2) Similac HMO - 900克	\$279.0 - \$279.0	\$279.0 - \$279.0	\$244.0 - \$262.0
4	雅培	心美力知靈成長奶粉 (3) Similac HMO - 900克	\$248.0 - \$248.0	\$248.0 - \$248.0	\$199.0 - \$218.0
5	雅培	心美力知靈營養配方奶粉 (4) Similac HMO - 900克	\$199.0 - \$199.0	\$199.0 - \$199.0	\$175.0 - \$186.0

- 2009年營運
- 功能：
 - 記錄6間連鎖超市、2間健與美連鎖店及6間藥房奶粉價格

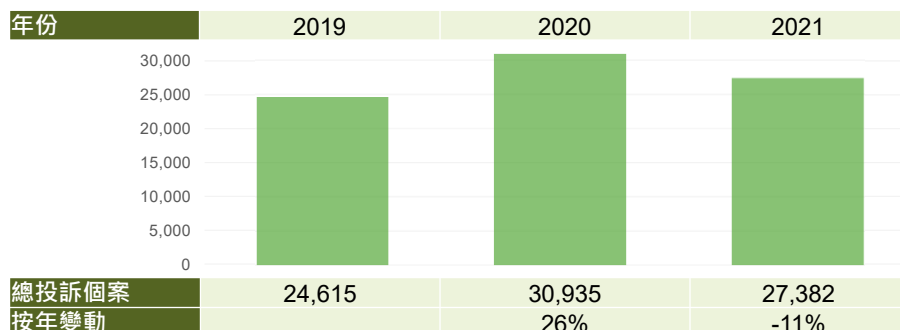
從排解糾紛中促進營商效益

調停消費糾紛，達致互惠雙贏

- 消委會以調停人角色排解消費爭議，促進消費者與商戶之溝通，從而達至雙方均接受之解決方案。
- 消委會不是執法部門，亦沒有調查權力
- 消委會是以調停方式排解投訴人和商戶之間的爭端，提供平台促進消費者及商戶之溝通，從而讓雙方充份理解對方需要及共同尋求解決辦法，期望雙方最終達致互惠雙贏局面

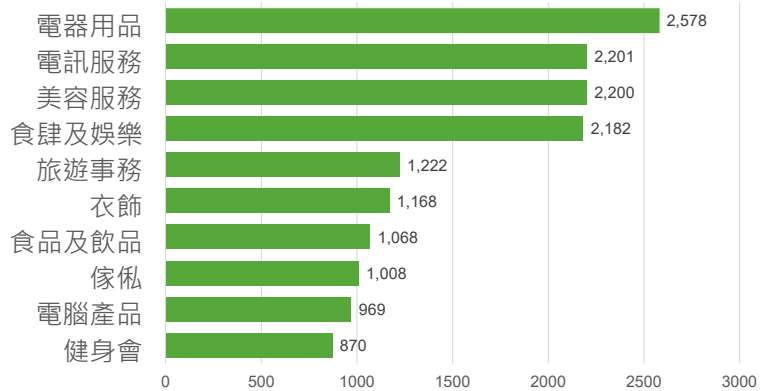
處理個案統計

過去三年之消費投訴統計

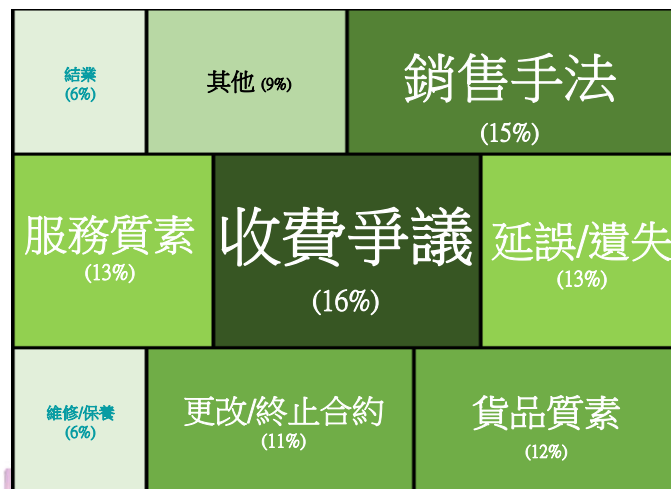


十大消費糾紛類別 (2021年)

總投訴個案

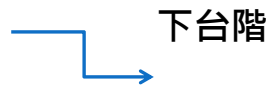


消費投訴性質分佈 (2021年)



調停消費糾紛

1. 耐心聆聽消費者及商戶的關注
2. 人/事分開
3. 瞭解立場背後的真正需要
4. 創造解決方案
5. 選擇



投訴處理程序

成立個案

- 各投訴途徑 (致電, 試算表, 諮詢中心)
- 投訴資料以表格方式儲入投訴個案管理系統



跟進個案

- 致函/電郵/致電有關商戶
- 一旦接獲商號回復, 投訴主任會通知投訴人相關結果



個案委派

- 由總主任或高級主任負責個案委派
- 投訴助理檢查個案資料是否齊備並索取個案相關資料
- 篩選非本會職能範圍的個案
- 七個工作天內通知個案是否受理或資料是否齊備



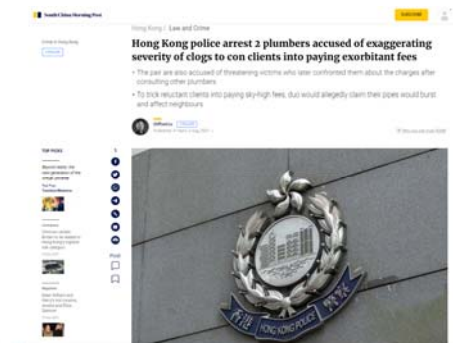
結束個案

- 成功處理
- 如不成功, 可考慮法律途徑追討
- 申請消費者訴訟基金
- 轉介予其他機構或政府部門
- 點名機制



解決消費糾紛之其他方法

- 消委會與警務處商業罪調查科合力打擊消費相關罪行
- 警方根據消委會提供的投訴個案資料進行調查，於2021年8月警方拘捕兩名提供家居通渠服務的人士，涉嫌以不法手段騙取消費者金錢



解決消費糾紛之其他方法

洗衣業及珠寶零售業《營商實務守則》



與業界制定《營商實務守則》

- 自制定守則後，本會接獲該兩個界別之投訴個案均呈下降趨勢，顯示守則之成效。

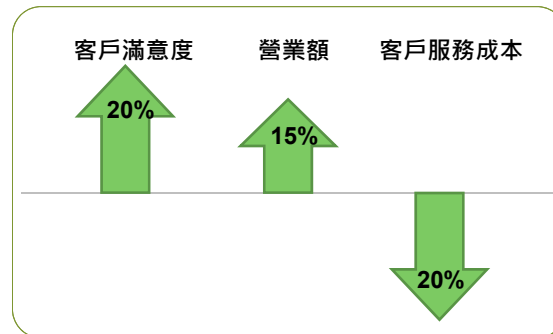


爭議解決的科技應用

消費者信任 與 營商效益

- 根據McKinsey and Company 研究發現，若商戶能提供 貫徹的服務過程，顧客體驗，及溝通與承諾，可帶來：

- 客戶滿意度增加 ▲20%
- 營業額增加 ▲15%
- 客戶服務成本減低 ▼20%



Source: (1) McKinsey and Company: The three Cs of customer satisfaction: Consistency, consistency, consistency March 1, 2014 Article

在線爭議解決(ODR) 與 營商效益

- 聯合國貿易和發展會議於2021報告亦指出，通過建立有效的在線爭議解決(ODR)機制可以：
 - 增加消費者信任 (trust)
 - 增加消費者忠誠度 (loyalty)
 - 增加再購買意向(re-purchase intention)
 - 有效防止客戶流失和消費者對企業的負面情緒
- 有效的ODR不僅可以培養消費者的信任以增加企業的銷售，還可以幫助企業節約成本。

Source: UNCTAD Research Paper No.72

在線爭議解決(ODR) 與 營商效益

- 國家市場監督管理總局2022數據顯示，與傳統調解方式相比，ODR：
 - 和解成功率提高▲ 16%
 - 辦理時長縮短▼ 7天
 - 消費者滿意度明顯提升，獲 4.1分 (滿分5分)
 - 按時辦結率、消費者滿意度明顯提升
- ODR的開通不僅有利於快速協調處理消費者投訴，縮短爭議處理時間，提高辦事效率，也有利於企業自身服務與管理水平的改進和提升，以保持和提升其企業公信力。

Source: 國家市場監督管理總局 https://www.samr.gov.cn/wjys/hjjs/202011/20201113_323468.html ; https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202203/20220316_340521.html

消委會運用新科技 - 提供全面的爭議解決服務

目的

- 消費者委員會致力與時並進、朝著數碼化方向，將於未來 2-3 年更新投訴處理系統，重點引入網上爭議解決平台，以發揮更高效率並提供最安全便捷的方式讓投訴人和商戶於線上共同協商，迅速地解決消費糾紛。

特點與效益

- 消委會爭議處理機制的獨立性、專業性和權威性，有助提升消費者及商戶，有效解決爭議的信心。
- 讓消費者和商戶雙方獲得 公平公正的處理程序及對待，促進雙方客觀並理性地解決爭議。
- 採用人工智能科技 (光學字符識別、語音識別功能等) 分析資料，縮短文書處理時間，提升個案處理效率。
- 提高調停效率，從而促進商戶的公信力及消費者的滿意度。

數碼化網上爭議解決平台

功能

- 訊息交換，自動通知：
 - 爭議雙方可透過平台於線上溝通、交換及查閱訊息和文件。
 - 平台設有通知功能，可以避免錯失消息。
- 設定時限，適時介入：
 - 倘爭議於設定的時限內未達成和解，消委會可適時介入以調停方式處理投訴人和商戶之間的消費糾紛。
- 單一平台，便捷跟進：
 - 個案資料、文件以及爭議雙方之溝通紀錄均儲存於單一平台，有助消委會進行調停時掌握投訴重點及作出跟進。
- 預先註冊，提升信譽：
 - 消委會鼓勵商戶於平台預先註冊，讓聯繫更簡單快捷。
 - 經消委會驗證及上載的註冊商戶名單，更能展現出企業對服務承諾的誠意，有助提升商戶的信譽及顧客的信任。

消委會官方微信公眾號已正式上線

- 根據國家發展政策，更多港人會在大灣區「一小時生活圈」內生活和工作。
- 官方微信公眾號的開通，將有助更多兩地的消費者獲得客觀和實用的消費者資訊。
- 公眾號提供消費全攻略，分享時令消費文章，並提供不同的格價比較工具，讓大眾成為精明的消費者。
- 有效全面加強與區內微信用戶的溝通和聯繫，開啟新發展時機。



答問時間

謝謝!

