

澳門消費者保護法:對消費者實施的不正當營商行為

作者:馬天龍, 資深合夥人和 吳佩愉, 實習律師

《消費者權益保護法》(第09/2021號法律)已於2022年1月1日生效。在法律保護消費者的諸多方式中,規定了針對消費者的不正當營商行為。

“不正當營商行為”是指不按職業操守而作出的營商行為,可導致以下效果:

1. 扭曲或實質扭曲消費者的交易決定;
2. 基於某類商品或服務影響消費者的交易決定。

對於評定營商行為之正當與否,一般情況下,需按一般消費者的標準評定。如屬特定消費群體,則需參考該群體內一般成員的標準為之。

法律明文禁止不正當的營商行為。如消費者發現其受到不當營商行為影響,可主動提起法律訴訟,終止在相關行為影響下訂立之合同。另一方面,消費者亦可選擇遵循衡平原則申請變更合同,而變更的範圍可以只針對非有效的條款,其餘有效的部分可繼續維持。

《消費者權益保護法》將不正當營商行為分為“誤導性營商行為”及“威嚇性營商行為”。

誤導性營商行為:

誤導性營商行為是指向消費者傳遞有關商品或服務的不實訊息,如散佈虛假的特價或減價、歪曲有關買賣之合法性或不購買商品或服務的風險、誇大商品或服務的功能、失實陳述可提供之期間、展示虛假的食品安全或消費者信心的認證等。

在推銷商品或服務時亦可能會出現誤導性營商行為,例如聲稱某名人或公眾人物取得該商品或服務;或向消費者建議某價格購買商品,但隨後拒絕提供,以推銷其他商品或服務;又或虛假推銷來自某一特定生產商的商品。

值得一提的是,經營者往往會透過培訓或教育活動推廣商品或服務。然而,若經營者沒有就此類推廣時間向消費者作出提前通知,則屬誤導性營商行為。

另外,提供含糊不清的報價或對所謂免費或贈與的產品或服務收取費用的的不當行為,亦構成誤導性營商行為。例如經營者可能會向消費者提供一個模稜兩可的報價,起初表示對相關商品或服務不會收費,或表示贈送額外商品或服務,但之後卻要求消費者支付相關費用。

威嚇性營商行為:

威嚇性營商行為是指經營者的行為令消費者產生負面印象、以不當的方式接觸消費者,並作出某些特別要求以勸阻消費者行使其權利。

如令消費者產生恐懼或不安的情緒 – 造成不購買商品或服務則無法離開有關的商業場所的印象；又或帶給消費者虛假的印象 – 令消費者誤以為已經或將因作出某種行為而贏取獎品或利益。

另外，如經營者與消費者接觸的方式不當，亦會構成威嚇性營商行為。例如，在消費者並未有要求的情況下，經營者若持續以電話、圖文傳真、電子郵件或其他遠程通訊方式作出消費請求；或經營者無視消費者的拒絕，而再次到訪消費者的住所與其接觸。然而，如經營者是為履行合同規定的義務而為之，則可被排除。

最後，在某些情況下，如消費者因經營者不必要、不合理、不適當或不公平的行為而不願行使其合同權利，並被要求提交某些文件、執行某些行為或程序，亦視為威嚇性營商行為。例如，經營者要求消費者填寫過多或複雜的表格，或要求消費者在不當時間前往商業場所或其他地點，或要求其前往澳門特別行政區以外的地點。

除消費者外，提供商品和服務的公司亦須考慮杜絕所列之行為，以避免簽訂日後可能會受到消費者質疑的合同。有關此主題的更多資訊以及您的個案詳情，請聯系C&C律師事務所暨私人公證署。



馬天龍，資深合夥人 | sardinha@ccadvog.com



吳佩愉，實習律師 | kafy@ccadvog.com