

十一黃金周旅客八達通交易上億元

今年起逾千萬訪港客使用
人均消費額年升近三成

內地十一黃金周期間共有122萬內地遊客訪港，其間，旅客版手機八達通的使用量和零售消費金額均創新高。八達通公司昨日公布，本月1日至7日旅客八達通交易額高達1億元，而自今年初以來，已有超過1,000萬名訪港旅客使用實體或手機八達通，按年計算，人均零售消費額上升近三成。港人外遊使用八達通亦有所增加，長假期間八達通銀聯QR代碼使用量增長50%，今年3月推出的八達通全國通卡目前已出售超過6萬張，累計使用金額4,000萬元。八達通營業及市務總監李玉兒預計，八達通未來交易額會進一步上升，該公司會鞏固優勢，增加餐飲行業的滲透率，配合內地旅客的消費模式。

●香港文匯報記者 唐文

八達通昨日公布，自今年初以來，已有超過1,000萬名訪港旅客使用實體或手機八達通，其中旅客版手機八達通的活躍用戶數量是去年同期的3倍，整體消費更是上年同期4倍。

「除了搭乘公共交通，旅客較多使用手機八達通在餐飲食肆、超市及便利店進行消費，特別是具特色的地區餐飲小店，這些小店的交易額佔食肆總交易額近四成。」李玉兒說。

銀聯QR代碼使用量增50%

在國慶假期期間，港人出現北上及出境熱潮，不少人選擇使用八達通在境外消費，令八達通銀聯QR代碼的使用量增長50%。李玉兒表示，目前八達通銀聯卡可以在包括內地、日本和韓國等47個國家和地區進行支付，無須綁定內地手機號碼或銀行賬戶，為喜愛旅遊的香港人提供了極大便利。

此外，今年較早時推出的八達通全國通卡目前已出售超過6萬張，累計使用金額達到4,000萬港元。該卡允許消費者以港元充值並在全國逾336個城市乘坐公共交通，在香港，該卡與普通八達通卡無異。目前，該卡使用量最多的前三位城市依次是深圳（77%）、廣州（7.9%）和北京（4.5%）。

展望未來，李玉兒表示，香港入境遊尚未完全恢復，旅客量約為2018年高峰時的七成，「隨着旅遊業進一步復甦，同時我們不斷改善手機八達通的支付體驗，相信會做得愈來愈好，以後（交易額）會愈來愈多。」

她又指，八達通全國通卡非常適合港人北上消費時使用，其交通覆蓋範圍未來也會擴大，「我們第一次推出時，很快就賣完，可以預見未來用量也會提高。」

最大優勢是非接觸式付款

面對其他電子支付平台的競爭，李玉兒說，八達通最大優勢是非接觸式支付，無論對本地或訪港旅客都方便快捷，同時八達通在各大小商戶的滲透率極高，在港有19萬個支付點，數量上勝於其他平台，能滿足遊客不同消費需求，相信仍是旅客首選支付工具。「我們的特色是快、簡單、易用，二維碼很多時候要開（手機程式），在搭乘交通時，會有些慢。旅客很多時候追求沉浸式體驗，會前往地區小店消費，這些我們也有覆蓋。所以即使有其他支付選擇，旅客首選還是八達通。」

被問及對新一份施政報告的期望，李玉兒表示，公司會觀察會否有其他機遇，希望可協助帶動經濟，鼓勵更多市民在港消費。



●八達通公司昨日公布，本月1日至7日旅客八達通交易額高達1億元。圖為客人用八達通消費。

資料圖片

長假122萬內地客訪港 年增27%

香港文匯報訊（記者 費小燁）在剛過去的內地國慶黃金周期間，大批內地旅客來港。香港特區行政長官李家超昨日在行政會議前會見傳媒，表示在國慶黃金周期間，共有122萬人次的內地旅客訪港，平均每天約17萬人次，較去年同期多約27%，也較今年五一黃金周多約13%；內地入境旅行團有1,050個，過夜團佔約80%；在維港舉辦的國慶煙花匯演亦吸引了逾33萬人觀賞，所有出席

者都玩得很開心，亦對匯演及安排給予高度評價。

李家超：港市面充滿歡樂

李家超表示，當日由特區政府支持的電影戲票半價活動，吸引約19萬人到戲院看電影，比上次半價活動多22%。康文署轄下的博物館及藝術場地免費開放，亦吸引約6萬人次訪客，同時有433萬人次受惠交通工具免費或優惠。餐飲業表示，國慶

黃金周期間有20億元營業額，按年升5%；不同行業的代表亦指今年國慶黃金周期間有大量顧客，令營業額增加。

李家超形容，整個黃金周期間香港市面充滿歡樂，同時感謝社會各界組織不同的慶祝活動，「我很高興看到香港市民及來自世界各地的旅客都能享受快樂的時光。」雖然整個過程十分順利，但特區政府會繼續檢視運作，務求下次可以更成功。



●不同行業的代表指今年國慶黃金周期間有大量顧客，令營業額增加。圖為旅客在選購商品。

資料圖片



●國慶黃金周期間，共有122萬人次的內地旅客訪港，平均每天約17萬人次。

資料圖片

首辦「樂悠節」見效 200萬樂悠咭主消費逾8億



●李玉兒表示，樂悠咭申請率接近100%。

香港文匯報記者唐文 攝

香港文匯報訊（記者 唐文）隨着樂悠咭2元優惠計劃全面推行，八達通今年推出首屆「828樂悠節」，逾64個品牌參加，在8月28日至9月10日期間，全港逾3,500個地點提供折扣優惠，八達通又提供了828萬元現金回贈。八達通公司昨日總結活動時表示，其間，近200萬樂悠咭持有人總共消費逾8億元，餐飲零售消費就佔逾7億元，最高單卡消費達到2萬元，

持有人在參與商戶的零售消費和交易宗數均增加50%。公司希望「828樂悠節」成為一年一度的慶祝，刺激本地零售經濟。

八達通營業及市務總監李玉兒表示，目前合資格申請樂悠咭人士約有240萬人，申請率接近100%，「至於樂悠咭能否轉成手機八達通，這個項目我們正在和政府積極探討，初步對方回應很積極，希望可以盡快公布推出詳情。」

測精華液維他命C 韓「MISSHA」零含量涉違例

香港文匯報訊（記者 王偉）含有維他命C的美容液或精華液，標榜能抗氧化、抗衰老、美白淡斑。香港消費者委員會測試市面17款標示含維他命C的精華液，其中12款有標示濃度，但其中10款的測試結果比標示的濃度低0.2%至6%。在5款無標濃度的樣本中，韓國「MISSHA」沒有檢出維他命C含量。

SHA」沒有檢出維他命C含量，或涉嫌違反《商品說明條例》，消委會已轉交海關調查。同時，有7款檢出歐盟限用的香料致敏物，檢出量普遍超出歐盟《化妝品法規》上限，或導致敏性接觸性皮炎及出現紅疹等。

維他命C較理想的濃度介乎10%至20%之間，表現較理想的有「SkinCeuticals」、「DERMA LAB」、「Dr.DENNIS GROSS」、「Laneige」和「Dermacept」。另有4款濃度也接近10%，包括「Target Pro by watsons」、「ASDceuticals」、「CLINIQUE」和「La Roche-Posay」。

消委會總幹事黃鳳嫻表

示，標示成分最重要是準確無誤，但維他命C產品始終受空氣、水分和光線，加上用法和生產配方影響，「有少少差異是可以理解的，但如果太大差異，就可能不符合消費者的期望和理解。因為當你標示濃度，我會以為這個濃度是適合我，但原來低了的話，效果在用維他命C這個成分，可能令消費者有期望落差，實際功效也可能受影響。」

另外，7款樣本檢出超歐盟上限香料致敏物，包括「Laneige」、「Kiehl's」、「樂敦CC」、「PIXI」、「Trilogy」、「Dermacept」和「MISSHA」等。

表現較差的是「MISSHA」，總評僅獲2星半，售價為185元，「PIXI」則獲3星，售價為220元。消委會已發信向韓國「MISSHA」廠商查詢，但未獲回覆。

表示只可於一個月後的開放日安排參觀場地，李小姐於是按要求繳付了訂金。

其後，李小姐於開放日視察後，發現場地與職員推銷時的內容存在差異，例如職員指宴會廳內的支柱不會阻擋賓客視線，惟實際情況並非如此。在視察期間，職員也沒有向李小姐主動講解場地內的可使用設施，服務態度欠積極，李小姐十分不滿意要求取消合約，及退回一半訂金3萬元被拒。

有關商戶向消委會解釋稱，合約已清晰列明，如繳付一半訂金後打算取消服務，有關訂金將不獲退還，然而出於維護雙方關係考量，建議可將該一半訂金撥作現金消費額，李小姐可改為租用商戶旗下其他場地。李小姐不接受有關安排，最終決定繼續於原訂場地舉行婚宴。



perFIT促舒適堡舊客簽同意書 消委會提醒「睇真啲」

香港文匯報訊（記者 文森）醫美集團perFACE早前以新品牌perFIT接手全線結業的舒適堡灣仔及旺角分店，該兩間分店日前向舒適堡原會員提供同意書，允許他們免費使用餘下的私人教練課程及健身設施，直至原有服務期結束，但最多僅可享受36個月的免費會籍服務。香港消委會總幹事黃鳳嫻昨日提醒，由於健身和美容的同意書是分開的，原會員簽署前要看清楚條款。

在舒適堡結業事件中，消委會共接獲五千多宗投訴，涉及金額最高的一宗超過202萬元，有近10%的投訴涉款超過10萬元，其中許多的合約內容十分複雜，有些投訴更牽涉多張合約。

由於牽涉法律技術性問題，消委會至今未能確認perFIT接手是否法律上的「業務轉讓」，所以perFIT未必有責任全盤承認舒適堡的合約。黃鳳嫻呼籲有大額損失的消費者應個別與perFIT洽談，以爭取最大權益。

她指出，消委會一直有與perFIT接觸，形容對方有誠意盡量解決舒適堡原會員的問題，但她提醒原會員一旦簽署同意書，即代表同意轉讓個人資料，所以必須看清楚條款。

會員若果不接受perFIT提供的服務，可根據《業務轉讓（債權人保障）條例》，向舒適堡或新商戶要求退款，但如循法律途徑追討過程漫長。

●2021年前接手舒適堡灣仔及旺角分店。資料圖片



●消委會檢出韓國「MISSHA」沒有維他命C含量。香港文匯報記者涂穴攝



新人投訴婚宴場地「突變」無通知

香港文匯報訊（記者 王偉）結婚是人生大事，婚宴更是重要環節。香港消費者委員會截至上月接獲22宗有關婚宴投訴，與去年同期相若。有新人在簽約落訂金時明確查問場地布置，其後場地突然重新裝修，風格大變，婚宴氛圍不似預期；有新人投訴，婚宴餐飲服務合約用字不清晰，影響婚宴安排；有商戶未能安排實地視察卻要新人先落訂金，不合意亦不能退款等。消委會呼籲業界做好細節安排，事先與顧客充分溝通，免生爭議。

消委會最新一期《選擇》月刊選登多宗典型婚宴投訴。陳先生預訂婚宴場地前，曾向商戶查詢，確定婚宴場地不會在明年前進行裝修工程，

遂簽訂合約及繳付五成婚宴費用、13萬元作訂金，惟其後店方進行大翻新，陳先生再次參觀場地時，發現場地風格與之前存在極大差異，又未能將婚宴改至集團旗下其他場地舉行，於是要求退訂及賠償損失，惟一直未獲回覆，至消委會介入後才全額退回訂金。在額外賠償方面，則由店方與陳先生直接商議。

場地不似預期 職員態度欠佳

另一宗投訴的事主李小姐於結婚展覽會相中一個婚宴場地，並繳付5,000元訂金。職員其後要求她於兩周內支付訂金尾數55,000元，否則不會為其保留場地。李小姐要求先實地參觀，惟職員