

“采用透明标价
和良好交易作风，
树立起让消费者
信赖的声誉。”



《保护消费者公平交易法》(CPFTA)

由 [新加坡竞争与消费者委员会 **CCCS** COMPETITION & CONSUMER COMMISSION SINGAPORE] 执行管理

新加坡竞争与消费者委员会价格透明度准则

为商家清楚说明可能违反保护消费者公平交易法 (CPFTA) 的标价方法。这份准则适用于在线和实体店零售商，从四大方面鼓励业者落实良好的交易方式：

- (a) 滴灌标价
- (b) 价格比较
- (c) 折扣
- (d) 使用“免费”一词

a) 滴灌标价

尽管最终收费较高，但是却显示较低标价来吸引消费者，刻意不标明强制性费用以及预先替消费者勾选附加选项的费用。

应该

- 1 确保标价包括各项强制性费用。若无法预先计算这些费用，请注明标价还未计入这些费用。
- 2 让消费者选择他们想要的选项（例如以“选择加入”的方式让消费者选择附加项目）
- 3 如果预先勾选可供选择的附加项目，
 - 就必须把勾选格子放在突出显眼的位置；
 - 注明附加项目的价格，并且把这笔费用加入标价中；
 - 注明重要的条款和条件。
- 4 若网页空间有限，无法明确列出这些条款和条件，就必须清楚标示条款和条件的链接，供消费者点击查阅。
- 5 在消费者付款之前提供收费明细表，明确列出所有强制性和可选项目的费用。

可能违反保护消费者公平交易法的例子

- 广告标价中不包括强制性费用或预选勾选附加项目的费用，以致消费者最终需支付较高的总价。
- 刻意省略重要的条款和条件、让消费者难以查找或将其隐藏在细则中。

机票
仅售
\$1,000

但实际价格：

机票价	\$1,000
机场税	\$200
燃油费	\$200
预定费	\$100
总价格	\$1,500

b) 价格比较

与竞争对手比较价格,显示自己的价格更具竞争力或具价格优势。

应该

- 1 确保用以进行价格比较的是获消费者或业者接受为相似或等同的产品或服务。
- 2 记下用来进行比较的价格,以证明没有以虚假或具误导性的方式进行价格比较。
- 3 定期查看对比的价格,并对价格比较作出相应的修改。

可能违反保护消费者公平交易法的例子

- 以非属实或具有误导性的方式,指出竞争对手的价格较高。
- 根据已失效的价格进行比较。
- 拿旧型号产品与竞争对手较高规格的新型号产品进行价格比较。



c) 折扣

商家为其产品/服务提供折扣。

应该

- 1 使用过去定下的实际价格进行比较。
- 2 记下过去的减价活动和价格为证。
- 3 限时折扣不应是虚假或具误导性的促销手段。以明确和突出的方式注明折扣期限或时段。

折扣价格
\$50

(原价 \$80)
促销有效期:
01/01/2020 - 31/01/2020



可能违反保护消费者公平交易法的例子

- 在广告中,根据从未定下的价格或在非常短的促销期内提供的价格打折。
- 把两件产品捆绑起来,以“买一送一”的促销方法把售价定为\$6,但其实两件产品的单件售价各为\$3。
- 在广告中注明在“限时促销”期间以折扣价出售产品或服务,误导消费者以为促销价格比原价低而且只在短暂的促销期内有效,但事实上,消费者可在更长的期限内享有这项折扣。
- 在广告中注明以折扣价售卖产品或服务,但其实没有任何产品以该折扣价出售。

d) 使用“免费”一词

商家给消费者提供“免费”的产品/服务,以吸引他们试用产品/服务,并最终作出购买决定。

应该

- 1 在提供“免费”产品/服务的促销活动中,明确而且醒目地注明任何附带费用(如运费)、条件、后续费用以及关键条款和条件。
- 2 在免费试用期结束之前通知消费者,并且提供有关如何取消订单的明确指示和信息。

可能违反保护消费者公平交易法的例子

- 让消费者为“免费”的产品/服务付费。
- 增加产品或服务的价格,或减少数量、质量或组成部分,以抵销免费礼品/试用产品的费用。
- 声称产品或服务为免费,但其实费用已计入配套价格中。
- 声称产品或服务为免费,但其实商家根本无意提供该项产品或服务。

