

行业准则

1. 前言

新加坡金钻珠宝商会于1999年制订一套行业准则，作为珠宝同业经营业务的指导原则，旨在为珠宝零售业注入信心和保护本会会员及消费者的利益。

我国的珠宝商多年以来一直在国内和国际享有良好口碑，本会认识到行业须持续不断提升以维护珠宝业信誉卓越的重要。

自从二手商法令（现改称为“旧货商法”）经过修订并于2006年第一季推行后，本会与新加坡警察部队执照处紧密合作，加强该法令条规和运作，从而协助警方追查赃物和阻止赃物非法转手。

2007年，本会将一些国际所推崇的相关建议纳入行业准则和商业条规，协助打击洗黑钱和恐怖融资。

新的行业准则和商业条规制订完成。2008年，本会特别成立纪律小组委员会，专门监督行业准则和商业条规的运作。

随着于2012年9月1日与2013年1月22日推出的“柠檬法”与“新加坡标准 SS 581：2012年纯度和贵金属印记”，本会为了捍卫我国的珠宝品质，将“柠檬法”和“新加坡标准”结合，纳入行业准则和商业条规，并且改称为“最佳行业及道德操守”。

为了尽其作为良好企业社会责任的本分，本会与新加坡警察部队紧密合作，将警方的警惕讯息，如赃物描述，盗窃惯用手法等，传达给会员。

2. 宗旨

- 2.1 最佳行业及道德操守的制订旨在维持一个可信赖和有效的自行管制系统。这个系统鼓励会员之间的公平竞争，为顾客提供可靠服务和产品正确资料，让顾客购买金饰珠宝时更具信心，从而提升行业的形象。
- 2.2 与政府机构，金饰验证机构以及新加坡消费者协会紧密合作，为珠宝金饰行业制订卓越的基制，让这个代表卓越标志/品牌与会员相互联系/挂钩。
- 2.3 与新加坡警察部队紧密合作，将犯罪率维持在其最低水平。

3. 会员的责任

- 3.1 新加坡金钻珠宝商会的会员必须采纳和遵守“最佳行业及道德操守”，并且以它作为依据。
- 3.2 商会会员将竭力承诺维护这个行业在诚实，公平，专业和优质服务各方面达致最高水平。
- 3.3 倘若会员不遵循“最佳行业及道德操守”，本会有权吊销或撤消其会籍。

4. 定义

- 4.1 “商会”指的是新加坡金钻珠宝商会。
- 4.2 “会员商号”指的是新加坡金钻珠宝商会会员。
- 4.3 “委员会”指的是新加坡金钻珠宝商会纪律小组委员会。
- 4.4 “CEBP”指的是最佳行业及道德操守。
- 4.5 “广告”指的是所有通过媒体的传达方式，包括文字、印刷、视听、电子及电信。
- 4.6 “补救行动”是指解决纠纷的方法，如更正或撤消有关广告、补偿顾客等。

4.7 “宝石”指的是：

4.7.1 用来作工艺品的天然矿物质

4.7.2 用来作首饰的天然矿物质

4.7.3 用来供观赏的天然矿物质

(譬如：钻石、红宝石、蓝宝石、绿宝石、玉器/翡翠等)。

4.8 “贵金属”指的是含有金及/或铂的金属：

所有纯度916及以上的金饰都应具有商号和纯度印记。商号印记是指售卖该件贵金属的商家字印。

纯度是指金属重量包含千分之几的纯金或白金。

4.9 “人造石”指的是经实验室制造，而非天然开采之石，不论该石是由天然成分所组成与否。

如果出售人造石，收据必需填写“人造”或“仿制”字迹。

4.10 “经特别加工处理的天然宝石、碧玉/翡翠”指的是：

4.10.1 一般行业所认同的处理方法将无须透露，如刚石（红宝石和蓝宝石）之强热处理；以无色油处理绿宝石；蜡化处理碧玉/翡翠。

4.10.2 必须透露的处理方法：注入玻璃纤维；辐射改变色素；扩散；经化学药物或其他颜色的催化剂；激光注射；高压高温处理；以及其他不属于一般行业所接受的处理方法。

5. 行业运作惯例（公平交易）

5.1 供应条件

5.1.1 收据

收据应清楚列明出售首饰的资料。

- a) 所有售卖916或以上金饰（根据“新加坡标准SS581：2012”），收据应列明金饰的特征以及其他事项，如净重、纯度和单位零售价。若有收取工钱，则应在工银栏填写“包括工钱”的字眼，也须注明其他细节如消费税及总价格。

下述金饰项目，则不包括在上述条例内：

- i) 金饰摆设品。
 - ii) 镶上其他原料而形成金饰设计的一部分。
- b) 其他贵重金属的收据应注明纯度。
- c) 镶有钻石、红宝石、蓝宝石、绿宝石、玉器，珍珠，半宝石等首饰，收据应清楚注明饰物的正确名称和重量。
- d) 若售卖不被行业接受经人工处理的宝石，收据应注明“加工处理”字眼。
- e) 若出售人造石，收据必需填写“人造”或“仿制”的字迹。
- f) 若有任何消费税必须清楚列在收据。

5.1.2 保证 /退款 /兑换

- a) 新加坡的“柠檬法”于2012年9月1日生效。根据“柠檬法”，如果消费者购买的商品在6个月内发现瑕疵，有权要求零售商修补或更换商品。
- b) 如果零售商不能在合理时限内修补或更换商品，或无法修补或更换商品或成本不成比例，消费者可能要求减价或退还商品而要求退款。
- c) 但是在以下情况，消费者不具备任何形式的追索权：
- i) 商品瑕疵是由消费者所造成的；或
 - ii) 消费者滥用/误用商品而造成瑕疵；或
 - iii) 消费者擅自修补商品或经他人之手尝试修补而损坏商品；或

- iv) 消费者在购买商品之前就已经知道商品有瑕疵；或
 - v) 消费者轻易的改变主意不想拥有商品；或
 - vi) 商品的瑕疵是经消费者使用过而造成磨损，并非是固有的瑕疵。
- d) 在以下情况，会员商号不对商品的瑕疵或局限性负责：
- i) 商品成交之前，会员已经特别向消费者说明有关商品的瑕疵或其局限性。为了讯息明确，会员商号可将商品的瑕疵或其局限性纳入在销售合同，发票或包装；或
 - ii) 消费者购买商品之前，会员有给予消费者机会观看和检查商品；而商品的瑕疵或其局限性非常明显，容易被消费者发现/查觉。

5.1.3 金饰回收：

- a) 买卖双方自愿的基础下，会员可回购已经出售的金饰。此金饰必须附有收据以资证明。
- b) 当新旧金饰兑换/回收以现金为交易，会员必须记录卖方的个人资料。

5.1.4 定金

a) 现货

顾客所付的定金以及有关定金的条款，必须清楚列在收据。若顾客未在规定期限前来领取所订购的饰物，其所付的定金一概被没收，同时商家有权出售该订购的饰物。

b) 订做的饰物

若顾客定做的饰物没有在收据所规定的期限/日期内领取，定金及饰物将被没收。

c) 定金之消费税

根据新加坡国内税务局的条款，当会员商号向顾客收取不会退还的定金，就必须征收消费税。

5.1.5 修补/镶嵌/订做

- a) 顾客交来修补或镶嵌的饰物，会员商号必须清楚告诉顾客有关修补或镶嵌的费用以及所需时间，并将之与所交来饰物的特征都清楚列入收据/交货单。
- b) 顾客必须在收据签名以确认上述(a)的资料无误。收据副本必须交给顾客。
- c) 若有任何改变，会员商号必须让顾客知晓修补的进展。
- d) 在修补或镶嵌的过程中造成饰物任何损失或破坏，会员商号须根据店规或合同赔偿顾客。
若因战争或暴动而造成破损或遗失，一概无赔偿。

5.1.6 金饰重量

- a) 采用经标新局批准贴上有效准确标签/印记的适当称仪，除此之外，每年将称仪交由合格供应商验证。
- b) 顾客确定购买金饰之后，在顾客要求下称金饰重量。
- c) 系在金饰的价格标签不应该加算在金饰重量之内。基于安全考量，价格标签若连同金饰一起称，会员商号必须在顾客面前称另一个相同价格标签的重量，并将之从总重量中扣除。

5.1.7 金饰纯度

确保金饰的实际纯度符合刻在首饰的印记标准。

5.1.8 “火耗”

“火耗”是金饰打造过程中所蒸发/耗损的重量以及/或金饰打造过程中工匠的例常收费，应该被纳入工钱内，而不属于该金饰净重的组成部份。

5.1.9 礼券

礼券必须清楚列明兑换/赎回礼品的附带条件。

5.2 产品和服务

5.2.1 根据“商品买卖法令”第S14(2)条款以及附属于“保护消费者（公平交易）法令”的“柠檬法”，提供满足顾客需求的商品和服务。

5.3 定价及付款

5.3.1 清楚列明方便顾客可使用的付款方式和渠道。

5.3.2 清楚展示打折价格以及其附带条件。

5.3.3 清楚列明额外服务的附加收费，例如修改，修补以及快递服务。

5.4 促销与广告

5.4.1 广告所述价格必须明确，不得含糊；销售如广告所述的促销商品。

5.4.2 广告内容必须确实，并不带任何误导性；并且确保其市场营销宣传涵盖价格，品质，存货和销售条件或业务操作等方面的详细资料。

5.4.3 促销期间，会员商号必须确保有关的促销商品有足够存货；当有需要时，会员商号可以当场出示文件以证明确实有足够存货。

5.4.4 清楚列明促销的有效期限。

5.4.5 清楚列明任何幸运抽奖或促销的详细制度。

5.4.6 会员商号必须得到本会的书面批准，方得在广告内容印上新加坡金钻珠宝商会的标志。

5.5 反洗黑钱与反恐融资法令(PSPM Act)：

5.5.1 根据《宝石和贵金属（反洗黑钱与反恐融资）法令》，所有受监管的经销商都必须向受监管经销商注册局注册，才能从事宝石、贵金属或贵重产品，除非已被豁免。

受监管的经销商必须执行并遵守以下《反洗黑钱与反恐融资法令》以及《2019年宝石和贵金属（防止洗黑钱和防恐怖主义融资）条例》监管的要求：

- a) 执行客户尽职调查（CDD）和/或执行增强客户尽职调查（ECDD）措施，对于超过 S\$20,000的现金交易，必须执行此项措施;
- b) 现金交易报告（CTR）—— 必须在现金交易超过S\$20,000或现金等值交易完成后的15个工作日内，通过SONAR向可疑交易局（STRO）提交报告;
- c) 可疑交易报告（STR）,如果怀疑有关交易存在洗黑钱/恐怖主义融资(ML/TF);活动，则通过SONAR向可疑交易局（STRO）提交报告。
- d) 从交易日当天算起五年内必须保存相关文件和信息;
- e) 持续监控交易并通过定期查看信息和执行客户尽职调查措施获得的文件。

欲知更多以上相关交易规定，请浏览<https://acd.mlaw.gov.sg>

5.6 店规

5.6.1 会员商号应清楚列出有关的店规，以让顾客知悉其营业准则。

5.6.2 会员商号应将其店规在店铺显眼之处展示。

5.7 客户机密资料

5.7.1 客户资料

会员商号必须确保在任何时候对客户个人资料加以保密，并且遵守个人资料保护法令。

5.7.2 会员商号必须维持保密机制，不得向第三者泄漏客户的资料。

5.8 对外信息交流

5.8.1 会员商号必须对其公司/组织的拥有权，管理层代表，开设新分行，业务联系更动等任何的变动，即刻以书面通知本会。

6. 道德和专业操守

- 6.1 会员商号在进行商业交易时必须保持最高水平的道德操守，以维护珠宝业的信誉和尊严。
- 6.2 每间会员商号都要维护本会的道德标准，原则和习俗，以及认定遵循本会道德和专业操守是行业及本会迈向成功的途径。
- 6.3 即使有某些条规没有明文列入“最佳行业及道德操守”，商会也希望会员商号随时保持最高水准。
- 6.4 会员商号意识到珠宝行业的成功因素取决于诚信。会员商号必须通过为顾客争取最高权益，并且以诚实的态度展现商品和服务，以维护顾客的福利。会员商号将秉承至高的专业水平为顾客提供所有相关资料及作业方式。
- 6.5 “最佳行业及道德操守”旨在教育，激励和团结会员，这些准则及条规建立在会员商号共识的基础上：
 - 6.5.1 当制定商业团体政策和管理决策时，力争成为良好的企业公民和继续对其营业的社区作出贡献
 - 6.5.2 在任何时候，作为个人和机构代表，力争提升专业技能和水平
 - 6.5.3 在任何时候，以诚实，诚恳和正直手法营业
 - 6.5.4 了解向各方组织坚守承诺和履行尽责的重要性
 - 6.5.5 力争保护行业，并且通报一些有关欺骗，误导和不道德的商业习俗给顾客
 - 6.5.6 应遵循沿用于珠宝行业的本地法律
 - 6.5.7 不应向竞争对手或其他会员，或竞争对手或其他会员的声誉，商品或营业习俗，发出所谓错误，误导，诋毁或诽谤的言论
 - 6.5.8 不应发表纯属含有敌意或不负责的言论，无论此言论是否错误，误导，诋毁或诽谤。会员或许可以确实不误的表达他或她的意见，但必须言之有物
 - 6.5.9 不应刻意歪曲商品的天然特性，真实性和/或来源

6.5.10 不应走法律漏洞，在法律允许的情况下从事一些非法，不道德，造假，误导或欺骗的商业习作而影响到顾客和买家

6.5.11 采用广告与销售的习作，应遵守本会所制订的条规和指导原则

6.5.12 会员商号在促销广告内所述的相对价格或节省费用，必须清楚而且是有依据的，并且能随时经得起任何中立机构的考证

6.5.13 必须履行对顾客许下的承诺或服务政策

6.5.14 竭尽所能确保不涉及血腥钻石的买卖，也通知供应商不曾涉及血腥钻石的买卖，并且已培训有关员工掌握这方面的知识。

7. 售货员的服务准则

7.1 会员商号应在顾客购买首饰之前，以高素质的服务标准，向顾客提供精确，应时和全面的首饰以及服务资料。以下是所须列出的首饰资料：

7.1.1 商品是否天然，人造或仿造

7.1.2 重量

7.1.3 金属纯度

7.1.4 宝石的商业名称

7.2 会员商号应提供顾客有关产品价格资料：

7.2.1 价格政策

7.2.2 折扣政策

7.2.3 其他额外收费

- 7.3 当新旧首饰兑换/回收以现金为交易，会员商号必须记录卖方的个人资料。会员商号必须查阅居民身份证内的资料，以确定卖者的身份。
- 7.4 会员商号应为售货员提供有关商品资料，顾客服务和行政程序包括新旧首饰兑换/回收的培训。
- 7.5 会员商号应培训售货员严格遵守对顾客尽责服务，尤其是进行任何高金额的交易；确认可疑交易，以及如何向商业事务局举报。

8. 最佳行业及道德操守的行政管理

8.1 纪律小组委员会的组织架构

8.1.1 纪律小组委员会由下列人士组成：

- 会长
- 第一副会长
- 第二副会长
- 总务和副总务
- 财政和副财政
- 2 位会员事务主任

召开纪律小组委员会会议的法定人数为：会长 + 至少5位其他成员。

8.1.2 若委员会召开会议讨论投诉事件，牵涉上述的有关委员会委员（例如会长、第一副会长、第二副会长、总务、财政等），有关委员将不得出席会议。

8.1.3 委员会的职责在于评估有关投诉违规事件的严重性。

8.1.4 出席会议委员将以普通多数票的投票方式，表决是否通过议决案。当正反票数均等时，主席有权投下决定性的一票。

8.2 监管措施

8.2.1 本会有权利对会员商号进行突击检查。会员商号如不遵守“最佳行业及道德操守”，将依据条例8.3.3受惩罚。

8.3 投诉/纠纷/惩罚之处理

8.3.1 投诉处理

一旦接到顾客的投诉，本会秘书处职员会先与有关会员商号联络。倘若有关争端无法于28天内解决，则交由纪律小组委员会处理。

8.3.2 纪律小组委员会将以书面通知有关被投诉的会员商号以取得更多有关详情及寻求意见。假设在14天之内有关会员商号无法提供满意的解释，或不愿解决有关争端，委员会应将认定有必要召开会议讨论有关顾客投诉事件的性质和程度。一旦裁定有关会员商号违反“最佳行业及道德操守”，委员会将致函要求有关会员商号于30天内作出补救行径，否则委员会将向对方采取有关纪律行动。

8.3.3 惩罚

若委员会认为该会员商号触犯“最佳行业及道德操守”的条规，它将受以下惩罚：

- a) 初次违规者将受到书面警告。
- b) 会员在十二个月内违规超过二次，其会籍将被吊销或撤消。
- c) 如果违规事态甚为严重，并且伤害到整个行业，委员会有权立刻终止该会员的会籍。

8.4 “最佳行业及道德操守”之检讨

8.4.1 委员会将定期检讨有关“最佳行业及道德操守”条款，必要时向执委会提出修订建议。

8.4.2 所有欲修改的条文必须获得执委会的正式批准。