

疫情來勢洶洶，近期社交平台湧現大量有關防疫用品的銷售帖文，不少消費者經社交平台以先付款後取貨的方式購買防疫用品。今年首三個月，本會接獲超過760宗有關購買防疫用品的投訴，不少涉及貨品延誤及退款爭議，亦有消費者投訴賣家收取貨款後失蹤，追討無門，現借本文作出提醒。



## 社交平台網站購防疫用品風險高 保持理性免招損失

### 個案一：收款後賣方失蹤 聯絡無門

李小姐於2月初急需購買口罩，瀏覽社交平台時看到一則代購網站銷售日本口罩的帖文，於是透過社交平台傳送訊息予賣方。賣方回覆該款口罩一盒\$300，說明2月中有貨，隨即提供已登記流動支付服務的二維條碼 (QR Code) 予李小姐付款。李小姐一星期後再傳訊息追問進度，賣方曾回覆承諾最遲2月20日到貨，李小姐不虞有詐繼續等候。及至2月下旬李小姐發現該社交平台專頁沒有更新，並且無法再傳送訊息，後來更刪除了社交帳號，李小姐始知受騙，於是聯絡本會求助。

### 跟進

本會審視李小姐提供的溝通紀錄資料，當中只有賣方在社交平台上的帳戶名稱，並沒有其他營商資料及聯絡方法，同時，貨款經由流動支付服務支付予個人銀行戶口。本會如實告知李小姐此情況似屬個人交易，難以透過本會作出調停，建議她考慮向執法部門舉報。李小姐自知一時大意，明白追討困難，但擔心賣方重施故技開立另一社交平台帳號來欺騙消費者，故此同意由本會轉介其個案予警方調查。

### 個案二：標明「現貨」產品 遲遲不發貨

楊小姐早前欠缺便攜式酒精搓手液，2月初看到B公司在社交平台專頁銷售

日本酒精消毒液，標明是現貨發售，大約3至5天配送，正合心意於是立即下單購買4支，連運費合共\$385。楊小姐等候近兩星期亦未見商戶更新訂單狀態，社交平台專頁沒有任何消息，她透過各種通訊方式嘗試聯絡B公司亦沒有回音，專頁內亦有不少同樣已購買貨品的消費者留言追問進度及討論無法聯絡B公司。楊小姐有感付款已近一個月，雖然金額不高亦擔心受騙，於是向本會投訴B公司未能於訂明之合理時間內配送「現貨」產品，要求盡快跟進。

### 跟進

本會接獲個案後嘗試致電B公司但沒有人接聽，後來B公司電郵回覆本會，

## 消費提示

- **衡量各種付款方式的利弊：**流動支付服務雖然非常方便，只需透過例如已登記的手機號碼或二維碼，即可隨時隨地付款，但消費者未必能夠確認登記流動支付服務的是商戶戶口或是個人戶口。相反，選用銀行轉帳則可知道收款戶口號碼及持有人的名稱。此外，信用卡及一些付款平台設有交易申訴及退款機制，若遇上未能交付貨品等情況，消費者有機會透過上述機制經信用卡或付款平台取回款項。消費者不宜只選用講求方便的付款方法，應從各種付款方式之保障及安全性多作考慮。
- **留意商戶營商資料及參考評價：**留意商戶社交專頁有否提及商戶名稱、營商地址及聯絡方法，較穩妥是選用設有實體門市的商戶。消費者亦宜參考商戶過往的銷售帖文及評價，衡量其信譽。如發現商戶開設社交專頁的時間較短，不提供地址及聯絡方法，只使用流動支付服務一種付款方式，則要格外留神及三思。
- **謹慎考慮預購貨品的到貨時間：**商戶應清楚說明貨品是「現貨」或是「預購」，現貨貨品一般可以於較短時間內發貨，而預購貨品則會按預計到貨時間發貨，但實際到貨時間有機會受到運輸及清關等因素影響。故此，消費者要有心理準備貨品等候需時，以及定期查問訂貨進度。倘若貨品屬應急所需，則要認真衡量是否選擇預購貨品。
- **留意條款細則 保存帖文截圖：**仔細閱讀銷售帖文中的貨品陳述及銷售條款，尤其是預購貨品，留意有否提及預計到貨日期，注意是否有手續費，以及如未能按時發貨的退款安排。商戶應定期公布訂貨及供貨進度，以釋疑慮，消費者宜保存相關帖文截圖，以備有需要時作為憑據。倘若賣方最終未能供貨或失蹤，消費者除聯絡本會之外，亦可向香港海關及警方舉報，警方現已設立反詐騙協調中心，市民如有需要可致電「防騙易18222」熱線查詢。

解釋近日訂單倍增及人手不足，未能適時回應並就延誤致歉。B公司接到本會信件後已立刻寄出貨品予楊小姐，楊小姐亦已接收貨品，個案得以解決。

### 個案三：發貨期一拖再拖 退款需扣除手續費

張先生於1月中看見社交平台專頁一則銷售口罩的帖文，預計2月中至2月底到貨，張先生便按指示登入C公司網站以信用卡購買6盒韓國口罩合共\$468。由於口罩銷售情況緊張，張先生一直留意C公司供貨的進度，2月初公司再次發帖指韓國口罩預計2月中至2月底到港，若然顧客不想等候可以於2月14日前填寫退款表格，如公司最終未能交付口罩，則於3月15日後扣除3%手續費後退回貨款。

張先生屬意等候口罩，當時沒有申請退款，C公司於2月下旬再次發帖解釋因應韓國當地口罩供應緊張，估計韓國口罩無法於3月前抵港，該公司期間曾嘗試聯絡其他口罩供應商。張先生看到帖文覺得很無奈，他本着對C公司的信賴沒有再三催促，但公司一直未能提供已向廠家訂購口罩的紀錄，取貨無期難免惹人質疑。張先生指社交平台有不少消費者追問口罩下落，坦言有心理準備最終不會收到C公司的口罩，雖然公司已事先說明會扣除手續費，但他認為並非消費者主動取消交易，而是C公司無法按承諾交付貨品，消費者既得不到貨品還要承擔3%的手續費損失，做法不合理，故向本會反映不滿。

### 跟進

C公司以電郵回覆本會，強調於第一次1月中所發的銷售口罩帖文中已說明退款需扣除3%手續費。同時，公司早前已交代韓國口罩退款安排，現正處理

大量已填寫退款表格的訂單退款，但張先生並未於限期前提交表格，故此張先生的退款將於3月15日後陸續辦理。

### 總結

是次疫情為個別行業帶來商機，但突如其來的大量訂單對營商者而言是一項挑戰，尤其是小本經營的商戶，應按其人手及貨源穩定性衡量能否承接大量訂單，例如考慮物流運輸、客戶查詢及退款機制等等。商戶若未能按時發貨，亦不適時回應，難免引起消費者不滿。退款手續費則視乎買賣雙方確立交易時，賣方有否清楚訂明相關條款細則，然而，將交易手續費轉嫁予消費者的做法並不理想。

於社交平台進行銷售操作簡易，營運成本不高，可謂「人人可以做店主」。然而，有騙徒會假借銷售為名開設社交帳號，卻沒有供貨的意圖，收款後逃之夭夭，此類行為有機會構成欺詐或行騙等刑事罪行，本會會因應情況將此類個案轉警方調查。另一方面，如商戶在接受付款時，沒有合理理由相信它能在指明的時間內交付有關貨品，便可能觸犯不當地接受付款的罪行；商戶即使是經社交平台銷售貨品，就產品資料及銷售所作出的陳述，都必須清晰及正確無誤地提供，否則有機會觸犯《商品說明條例》，本會會因應情況將此類個案轉海關調查。

警方呼籲市民選用可靠及有信譽的網上商戶，本會亦提醒消費者經社交平台購物時，要特別注意賣方有否列明具體的營商地址及聯絡方法。如貨款只經由個人戶口收取，一旦發生爭議，消費者難以自行追蹤貨款下落，只可以交由執法部門進行調查，討回貨款相對困難。