

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

電器維修限制多 「延長保養計劃」索償繁複



家庭電器故障往往為日常生活帶來不便，若維修過程出現爭議延誤了進度，情況會更為惡化。本會收到消費者投訴電器商的售後服務，及反映自費購買的延長保養服務未能切合消費者的期望，有可改善的地方。

個案一：長時間停留同一畫面導致電視有「殘影」

梁先生於2016年10月花費近\$3萬購買一部A公司出產的55吋4K電視，產品享有3年保養，今年6月梁先生突然發現電視右下角出現兩條垂直藍印及「殘影」，A公司維修員上門檢查，並利用電腦程式替電視「洗印」，可惜情況沒有改善；維修員繼而判斷這些「殘影」是用家長時間把電視停留在同一個畫面所致，屬非自然損壞，不在保養範圍內。

梁先生指電視所費不菲，質素理應較有保障，他強調一直妥善使用，日常都會轉換電視頻道，況且觀賞電視節目時即使停留同一頻道亦很正常，質疑A公司的說法及停留時間「過長」的定義。梁先生認為電視於保養期內出現質素問題，A公司應盡修理之責，而不是把責任推諉於消費者身上，惟A公司立場堅定，於是梁先生聯絡本會要求更換電視或退款。

跟進

A公司指官方網頁刊載的產品說明書已寫明「長時間顯示靜態/動態圖像可能會引起殘像，請避免長時間在電視螢幕顯示固定畫面」，並且重申已列明此情況屬不受保事項。儘管本會嘗試調停，A公司亦只同意豁免維修檢查費\$630，但梁先生仍需承擔約\$1萬維修費。梁先生對回覆感到失望，認為A公司銷售時沒有清楚解釋此類電視屏幕的使用限制，決定入稟小額錢債審裁處討回公道。最後A公司願意免費替梁先生維修電視並延長產品保養3年，若未能成功維修，則會安排更換電視。

個案二：洗衣機零件一等再等售後服務未如理想

方小姐今年5月聯絡B代理商維修洗衣機，可是B代理商的師傅上門維修時，竟然沒有帶備所需零件。數天後，方小姐接

到B代理商的電話，通知所需零件暫時缺貨，或需等候一個半月。後來方小姐接納B代理商職員提議改用另一種零件，但更換零件後情況依然沒有改善，最後B代理商安排把洗衣機運回廠維修。

方小姐自6月初已多次追問維修進度，B代理商職員一直推說維修正在進行，方小姐告知職員已額外購買零售商的兩年延長保養服務，要求按延長保養的條款更換新洗衣機，惟職員表示零件會於6月下旬到港，暫沒有收到可以退機或換貨的指示，提議她向零售商查詢延長保養服務的細節。苦等至6月下旬，方小姐再次查詢，B代理商仍然無法確實答覆何時完成維修，她無奈地向本會求助。方小姐不滿B代理商沒有主動交代維修進度，而事件已擾攘近2個月，嚴重影響其日常生活，要求B代理商盡快跟進。

跟進

方小姐向本會投訴後，不久接到零售商通知，指洗衣機已無法修理好，她可選購另一台洗衣機，零售商會按延長產品保養服務的條款支付約\$2,000予她，方小姐接納此安排，並通知本會不需再作跟進。

個案三：「延長保養計劃」索償手續較複雜

李女士早年於C零售商購買一部享有5年原廠保養的雪櫃，當時職員說只需多付數百元便可延長保養期，李小姐覺得合適，遂支付\$468參與C零售商的「延長保養計劃」。李女士近日發現雪櫃內的燈膽及恆溫器發生故障，於是聯絡C零售商要求維修。然而，C零售商職員指其雪櫃出現的問題不屬於受保範圍內，並補充說「延長保養計劃」的客人要預先支付檢查及維修費，待C零售商確認維修項目屬於受保範圍後，C零售商才會於15個星期內以支票退款。

李女士十分疑惑，因雪櫃內的燈膽及恆溫器過往亦曾出現故障，她向生產商反映後，生產商直接替她更換零件，毋須支付任何費用。李女士指當日C零售商職員推介「延長保養計劃」時，指這是原廠保用期的延續，更說保障範圍比原廠續保計劃更為優勝，基於這原因她才決定購買，從來不知道要先自費維修，然後申請退款，而且實際的保障範圍亦看似不及原廠保養。李女士認為C零售商就「延長保養計劃」的推銷，有誤導之嫌，有感服務物非所值，她聯絡本會要求C零售商退回\$468參與該計劃的費用。

跟進

C零售商的跟進較為緩慢，經過本會多次催促，於兩個月後回覆，在一般情況下，其職員於銷售過程中會清楚解釋「延長保養服務」之細則及條款，並於付款後夾附「延長保養服務」的單張予客人參考，

單張已清楚列明保障範圍及申索安排。C零售商表明雪櫃內的燈膽是不受保的消耗性項目，拒絕退回保養費。

鑒於C零售商尚未回應恆溫器問題，本會繼續調停，相隔兩個月後再接獲回覆，確定恆溫器為電子零件損壞，屬於受保範圍，建議李女士聯絡維修商安排檢查及於維修前取得報價，C零售商將按檢查上所寫的結果進行批核，但她仍要按照條款預先支付檢查及維修費用。本會向李女士轉達相關安排後，李女士沒有再要求本會跟進。

總結

家庭電器的原廠保養期一般有指定年期，消費者或會考慮付費參與零售商推出的「延長保養計劃」或延續原廠保養，免於花費高昂維修費甚或即時棄置有問題的家電，既可節省金錢及善用資源，也減輕社會在廢物處理方面的壓力，符合可持續消費的原則。首宗個案反映，在促銷過程中提供全面的產品資訊，是良好的客戶服務的重要一環。儘管商號稱產品說明書已說明電視屏幕有機會出現「殘影」的原因，然而，在一般情況下，消費者在接收貨物時才有機會收到產品說明書，亦未必留意有關問題。故此，不論實體零售店或網上零售點在促銷過程中，除突顯產品的規格及優點外，應充分提醒消費者產品的使用限制及其他應當注意之處，讓消費者作出知情的選擇，避免糾紛。

本會於2015年撰寫的一篇投訴實錄中，曾報道關於電器零件缺貨及電器商未有積極跟進維修的問題，恰如個案二的情況。本會再次提醒電器商，這種售後服務並不理想，如短期內無法供應零件或未能維修產品，應主動與提供延長保養服務計劃之零售商溝通，讓消費者盡早按延長保養的條款另覓解決辦法。另外，個案三反映消費者對延長保養服務的理解不足，似乎與零售商職員過於概括的介紹有關，職員沒有具體交代保障範圍及維修安排，使

投訴人以為只是原廠保養的延續。有見及此，零售商於銷售延長保養服務時，必須清楚解釋其保障條款及索償安排，更應具體說明零售商提供的延長保養服務與延續原廠保養的不同之處，同時提供計劃單張，讓消費者瞭解計劃內容後才作出購買決定。

給消費者及電器商的建議

- ◉ 消費者着重重視、洗衣機及雪櫃等家電的耐用性及可維修性，亦會期望當產品於保養期內出現故障時，電器商能於合理時間內將產品修好，故此電器商應作出適時的回應及跟進，以免因拖延處理導致消費者不能享用有關產品，變相貶損其應有價值。
- ◉ 電器商應提升售後服務質素及透明度，例如確保零件的供應量、加強與客戶溝通，及積極提供有效的維修方案等，以便維修服務順利進行。此舉不但可提高商譽，亦省卻處理消費者爭議所花的人力及時間，有助善用資源，實踐可持續消費的理念。
- ◉ 選購家電時一併於零售商購買延長保養服務看似方便，但零售商一般不會提供實質的維修服務，其運作模式有機會是要消費者先支付維修費，並由零售商審批維修是否符合其保障條款，然後再發還相關費用。故此，消費者應先向零售商索取延長保養的單張或小冊子，瞭解其保障條款、維修安排及運作模式，再衡量是否切合實際所需，不宜輕率決定。
- ◉ 消費者向電器商購買原廠續保前，應先詢問清楚續保計劃與原先保養的分別，例如檢查費、人工費及零件費等等，切勿假定自費續保的保障範圍與原先的保養必定相同。