

# 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。

# 網上訂酒店 須仔細查核資料

香港人一向熱衷旅行，近年互聯網上出現很多預訂旅遊住宿的平台，消費者只需輸入目的地及日期，不消數秒即可一覽當地合適酒店/旅館的資料，操作方便又易於比較價格，故此深受歡迎。然而，本會接獲的投訴中，不乏涉及網上預訂旅遊住宿，反映有些網站的服務與消費者的期望存在落差，現藉本文提醒消費者使用訂房網時要注意的事項。



## 個案一：「先訂後付」的收費計算方式

陳小姐今年1月前往日本旅行，約半年前經X訂房網站預訂酒店，由於當時仍在初步計劃行程，於是選擇了「先訂後付」的預訂方式。陳小姐表示X公司發出的預訂確認電郵列明該筆訂房價格為港幣\$2899.58，亦寫上「將於指定過數日子以港幣收取等值日圓39,168之費用，匯率以收款當日為準」，此提示讓她感到放心。

於陳小姐旅遊期間，日元匯價下跌，回港後翻查信用卡月結單，卻發現該次住宿的實際收費竟比預訂時所標示的價格還高，X網站於其信用卡收取的款項為港幣\$3,045，她於是立刻聯絡X網站。X網站表示未能向客人解釋如何計算匯率，不過，願意退回美金20元予陳小姐以解決這次紛爭。陳小姐仍然認為X網站須澄清其「先訂後付」的收費方式，她表示去年7月預訂酒店時日圓兌港幣是0.073以上，而今年1月入住酒店時日圓兌港幣約是0.069；她當然明白匯率是浮動的，但X網站聲明「先訂後付」是以收款當日匯率價格為準，結果收款當日匯率下跌而收費卻提高，因此她要求本會向X網站作出瞭解。

## 跟進

X網站透過電郵向本會解釋，每一家銀行或信用卡公司的匯率都不相同，由於網站與不同夥伴合作，因此難以提供特定匯價來源讓客人核實。X網站重申其「先訂後付」的服務條款訂明匯率由其公司決定，為表誠意已退回美金20元予陳小姐，X網站表示此補償方案已承擔了信用卡公司額外收取客戶之金額，不會再解釋其收費計算。陳小姐接獲回覆後，未有要求本會再作跟進，但希望本會提醒消費者留意使用「先訂後付」方式可能遇上問題。

## 個案二：網站與中介欠溝通 旅客求助無門

彭先生早前經Y網站預訂2晚韓國郊區酒店，房價共\$887，當日與朋友抵埗後卻發現該酒店烏煙黑火，接待處沒有職員，致電酒店亦無人接聽。當時的室外氣溫大約為零下4、5度，天色漸黑，風勢猛烈，彭先生與朋友苦等1小時後，只好致電向家人求助，其家人聯絡Y網站告知情況及要求協助，可是Y網站職員指家人並非訂房者，拒絕提供協助，要求彭先生親自致電或電郵聯絡。

彭先生只好於寒風中發出求助電郵予Y網站，但等候多時仍未見回覆，無計可施下最終向當地警方求助。警方到場後終於聯絡上酒店負責人，然而，酒店負責人表示縱使彭先生持有Y網站的確認電郵，但他們沒有相關的訂房資料，並展示其電腦紀錄，以資證明。經酒店負責人及警方的協助，彭先生及友人獲安排到附近酒店下榻。翌日，彭先生才接獲Y網站的電郵，當中似乎是將責任推卸給當地一間中介公司，但沒有提及相關的善後安排。彭先生認為事件乃Y網站疏忽所致，回港後立即要求Y網站作出合理跟進及道歉，但Y網站一直拖延，予人敷衍了事的感覺，因此他決定向本會投訴，要求公司退款並作出合理跟進。

## 跟進

基於Y網站屬於本港註冊旅行社，本會接獲個案後，按既定程序轉介個案予旅遊業議會。經交涉後，Y網站回覆本會，對事件表示歉意，並已全數退回訂房費(\$887)予彭先生，重申韓國酒店負責人當日既已安排客人入住另一間酒店，並承擔了該筆入住費用，因此不會作出其他賠償。本會轉達有關回覆後，彭先生未有再要求本會作進一步跟進。

## 個案三：網路評價不宜盡信

羅小姐早前往台灣「快閃」旅行，於出發前一星期才購買機票，因時間緊迫及酒店選擇有限，透過Z訂房網預訂網站評分「三粒星」的台灣酒店房間。羅小姐抵達目的地後，按網站所列的地址前往該酒店，但遍尋不獲，只好致電酒店，並按職員指示才能找到正確位置。

幾經折騰後，羅小姐發現酒店實際坐落於一條後巷，路旁沒有任何門牌或標示顯示其位置，而且客人更要自行提着行李走上一條又窄又髒的樓梯。羅小姐因不想影響行程，即使對酒店環境極為失望亦勉強入住，回港後立刻於Z網站填寫對該酒店的評價，並提供酒店的實景照片，希望警惕其他消費者，可是她發現其留言迅即被刪走，餘下的全是對該酒店非常正面的評價。羅小姐向Z網站投訴，認為這樣篩選用戶留言極為不當，惜未接獲滿意答覆，於是向本會求助。她指出Z網站提供的酒店資料及照片失實，用戶評價失真，以致消費者不能按實際客觀條件作出選擇，要求退回訂房費用。

## 跟進

羅小姐告知本會已向台灣旅遊觀光局投訴，局方回覆指該酒店並未領有相關旅館業登記證，因Z訂房網屬於旅遊業議會轄下會員，本會隨即作出轉介，經一番交涉後，Z網站聲稱基於良好客戶關係的原則下同意全數退款，羅小姐亦滿意此安排。

## 總結

網上預訂酒店一般受訂房網站及酒店所訂立之條款約束，往後的爭議皆依據該些條款，因此，消費者即使面對非常吸引的限時優惠，亦應保持冷靜，先細閱條款，尤其是有關取消/更改訂單、價格保證及其他額外收費的詳情，才作出決定。本會偶有接獲如個案二的情況，消費者即使持有訂房網的確認電郵，亦有機會因為某些原因，酒店沒有其訂房資料，消費者到埗才發現，會感到十分徬徨，也破壞旅遊的心情。因此，如情況許可，較為穩妥的做法是於出發前，直接與酒店確認入住紀錄，以策安全。消費者使用訂房網站時可參考以下消費提示，並保留預訂過程和付款的截圖，以備出現爭議時作為憑據。

- **衡量「先訂後付」之利弊：**「先訂後付」的優點是富有彈性，毋須先付訂金，一旦行程有變，消費者可按訂房條款隨時取消或更改訂單，免除遭沒收款項的風險。可是，消費者必須明白「先訂後付」訂單所列的是估算房價，實際房價很可能受匯率及信用卡手續費的變動影響而提高，消費者應先仔細留意網站就「先訂後付」所定下的條款詳情。相反，「即時付款」則可確保所付費用為訂單列明的房價，但消費者必須先瞭解付款後取消或更改訂單的條款。另外，有些訂房網站可選擇直接於當地酒店付款，消費者選擇此付款方式時，亦需要將匯率變動及海外簽帳手續費納入考慮因素。
- **確保輸入正確資料：**消費者使用訂房網站時，首先要輸入心儀酒店的名稱或地點、入住日期及入住人數等資料，消費者有責任輸入正確資料，以備訂房網根據該些資料展示可供選擇的酒店類別及價格。本會不時接獲有關消費者被徵收額外入住人數差價的投訴，尤其是涉及日式溫泉渡假村的個案，消費者在確認訂房及支付費用前，應再三確保資料無誤，日後若有變動，應盡早通知酒店，避免入住時引起爭議。
- **留意顯示房價之貨幣種類：**為迎合世界各地的消費者群，訂房網站一般可讓消費者按喜好自行設定顯示房價的方式，包括貨幣種類、是否包含稅收或其他附加費等等，消費者應按自身需要預先設定有關選項才搜尋酒店，避免因誤選其他貨幣顯示價格而衍生不必要的爭議。此外，某些訂房網站可能由海外公司經營，房價最終以當地貨幣收取，因而被本港信用卡公司視為海外簽帳，當中亦會牽涉匯率及手續費問題。
- **比較酒店官方網站及訂房網資料：**訂房網站所提供的酒店資料及用戶評價不可盡信，消費者應透過官方網站瞭解心儀酒店的具體資料，例如酒店的正確位置、房間規格及房價。對於一些不設官方網站的酒店，或未能提供明確位置圖的住宿地點，消費者要格外謹慎，如有需要可透過較可靠的機構例如當地旅遊局，事先瞭解住宿地點及詳細資料，包括是否有合法牌照，衡量其安全性，才作出決定。

