

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。

網上團購投訴激增

網上團購活動隨着互聯網及智能電話的普及而大行其道。

對消費者來說，網上團購既方便又有優惠，每宗交易金額有限，不啻是理想的消費模式，可是，這種經第三方進行的消費交易也衍生不少問題，消費者一不小心，容易招致損失。

本會今年首6個月接到2,149宗經網上團購公司購物的消費者投訴，為2011年同期（56宗）的38倍。今期本刊報道以網上團購形式購物的常見消費者投訴個案，以期讀者能從中領會網上團購的風險，避免損失。

個案一 被恐嚇不做額外療程 會導致乳癌 顧客簽帳\$12萬

陳小姐看到P公司於A團購網宣傳的胸部護理服務，認為十分實惠，於是購買有關服務。

當陳小姐到P公司享用胸部護理服務時，美容技師一開始便向陳小姐表示，其胸部淋巴淤塞，影響胸型，然後於服務期間不斷游說她購買其他療程改善胸部問題，陳小姐不勝其煩，更由於處於服務當中，不便推卻，便答應購買。往後，陳小姐每次到P公司享用護理服務時，都被美容技師游說購買不同療程，當陳小姐拒絕時，美容技師便恐嚇陳小姐說，如不改善胸部問題會導致乳癌，更故意於按摩時加大力度，令陳小姐疼痛非常。由於陳小姐家中確有親人患過乳癌，她在惶恐下惟有一再購買療程。陳小姐既害怕又擔心再次被推銷，之後的三個多月不敢再到P公司享用服務。

由於已付數萬元購買其他服務，陳小姐今年4月硬着頭皮再到P公司進行療程，誰知卻再次被推銷，美容師更多找一個同伴一起游說，並再次以乳癌恐嚇陳小姐，陳小姐無奈下答應購買小額療程服務。

可是，陳小姐其後發覺這次簽帳額竟達\$6萬，她非常不滿，計算下已先後於P公司簽帳達\$122,460。陳小姐十分後悔，竟因團購優惠而最終簽下遠超預期的消費額，於是向本會求助，希望獲得退款。

本會聯絡P公司，該公司拒絕退款，並稱未有收到陳小姐的投訴。P公司表示，陳小姐確曾停止服務數月，但最近已回復預訂服務。陳小姐得悉P公司回覆不允退款，要求本會轉達，要求P公司承諾不再向她推銷療程服務及不會因其投訴而故意於服務中粗暴對待她。P公司回覆答允陳小姐的要求。

個案二 網上團購公司業務重組 未能兌換優惠券

李先生於某大型網站看到B網上團購公司的餐飲優惠，覺得物超所值，於是購買了6張Q公司的餐飲優惠券。其後收到B網上團購公司通知，需要進行業務重組，但保證所購優惠券仍可繼續使用。可是，當李先生致電Q公司預訂服務時，Q公司聲稱未收到B網上團購公司的款項，拒絕兌換優惠券。李先生遂分別向大型網站及B網上團購公司投訴，但不獲回覆，於是聯絡本會，要求協助取回已繳款項。

本會聯絡相關公司，經調解後，李先生經付款中介公司獲得全數退款。

\$288 [42次全套] 排毒暗瘡護理
重點療程，針對不同暗瘡
面激光、紅外線消毒、永久消滅暗瘡
法，改善底層皮脂腺，永久消滅暗瘡
技術+全程用意大利產品
意。(原價：\$40800)



原價	折扣	節省
\$40800	0.01折	\$40512

宣傳字眼時有誇大，圖示的折扣誇張。

個案三 沒提示美容注射療程或有嚴重副作用

張小姐於C網上團購公司以\$8,800購買了R公司的美容優惠券，當中包括一項美容注射服務。之後，張小姐到R公司準備享用服務時，美容顧問卻不斷游說她購買其他美容療程。張小姐斷言拒絕後，美容顧問只留下她的預約資料，便打發她走了。張小姐遲遲未收到R公司通知可享用服務，於是致電查詢，並且要求該公司提供負責美容注射療程服務的醫生的資料，但R公司拒絕提供醫生資料及訓練認證。

張小姐購買優惠券後，經由從事美容業的朋友得悉，進行該項美容注射服務的醫生，必須曾經接受美容針劑生產公司的訓練，並獲得該公司所頒發的認證，才可進行這種美容注射服務；而且這種注射療程可能有嚴重副作用，客戶於注射前必須簽署同意書。張小姐質疑，R公司及C網上團購公司從沒有提及相關資料及風險，於是要求取消服務及退款。

R公司表示，未收到C網上團購公司的款項，所以拒絕退款。張小姐於是向C網上團購公司申請退款，但遲遲未獲實質答覆。張小姐認為兩間公司互相推搪，遂要求本會介入，協助取回貨款。

本會聯絡C網上團購公司要求盡快處理張小姐的個案，其後該公司回覆答應全數退回款項予張小姐。

個案四 未能於限期前預約使用攝影套票

黃先生於2011年8月在D團購網站購買S公司的攝影優惠套票，套票使用期限至2012年3月底。2012年3月中，黃先生致電S公司預約服務，S公司職員表示由於黃先生太遲預約，已沒有檔期可提供予黃先生拍攝，建議黃先生將團購金額作為現金，購買S公司其他攝影套餐。黃先生不接受以優惠券金額再加錢購買其他正價攝影套票，質疑為何優惠券未到期卻不能使用，他付

款購買是因為優惠吸引，但現在變成必須以正價購買其他服務。

他感到受騙，於是向本會投訴。

本會聯絡相關公司，S公司回覆網上團購優惠攝影套票使用期長達7個月，但大部分購買者皆於使用期即將屆滿時，才預訂服務，令到後期的檔期不敷應用，他們已將期限延長至8月，惟檔期已全被預留。S公司拒絕黃先生的退款要求，但承諾即使過了期限，也會為黃先生安排服務。

網上團購偶有陷阱 消費者不宜倉卒決定

網上團購將消費者的購物模式由傳統的主動變為被動，消費者登記成為團購網會員後，便會收到如雪片般多的網上團購優惠宣傳，以極其吸引的優惠價格及短促的團購推銷優惠期，令消費者以為機不可失，於倉卒間未及深思熟慮和細閱優惠條款，便作出購買決定，到後來造成爭拗。

部分參與網上團購計劃的公司以低價吸引消費者到店鋪，然後以高壓或各種手法，強迫或誘使消費者購買額外服務，情況就如個案一的例子。這種行為可能觸犯剛通過的《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》中，有關禁止具威嚇性的營業行為的條文。

也有網上團購公司於團購優惠中銷售醫療用品或服務，但卻沒有提供詳細資料，例如個案三的人體注射，屬於入侵性的程序，不適當的處理或會引致感染、傷口及疤痕等。消費者接受任何入侵性的療程前，應先向合資格的醫護人員瞭解自己的需要、療程的效益及存在風險，不應單靠網上團購優惠提供的宣傳資料，就決定購買及進行這類醫療服務。

網上團購問題多多，牽涉在內的公司有時多達三數間，以致發生問題時，追究倍加困難。

網上團購十大注意事項

1. 網上團購的商品，使用條款及限制各有不同，包括地點、時間、限期等，消費者應先瞭解詳情才決定購買。
2. 網上團購券一般皆有使用限期，消費者必須於限期前使用，否則作廢。
3. 網上團購公司一般只搜集貨品或服務提供者的優惠，沒有評定貨品或服務的優劣，若品質出了問題，追究有一定困難。
4. 網上團購優惠可能需於若干日子前預訂；部分優惠於團購價外，需另收附加費用，例如餐飲服務另收加一服務費、觀看3D電影另加費用等。
5. 網上團購優惠券使用過後便作廢，消費者應將優惠券資料例如優惠券編號、保險編號等，小心保密，以防外洩。
6. 網上團購優惠券一般購買後不能退款，預訂貨品的尺碼及顏色等一般亦不能更改，消費者購買前應有預算。
7. 網上團購優惠宣傳字眼時有誇大，令消費者誤會，到發現貨不對辦時，網上團購公司及提供貨品或服務的公司可能會互相推搪，令消費者無所適從。
8. 網上團購屬於預繳式消費，消費者應避免付出大量金錢購買，以防一旦有關公司結業，難以追討損失。部分網上團購公司有條款細則保證，若商戶倒閉，團購券可享全數退款，消費者購買前宜查閱，也應考慮退款手續及退款期長短等因素。
9. 網上團購一般使用信用卡付款，網上團購公司會保留消費者的信用卡資料，消費者應當衡量當中風險。
10. 部分網上團購公司於香港境外註冊，遇到爭拗須按當地法例處理，追討更形困難。