

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。

網上尋找維修服務



質素參差 服務承諾

不兌現

遇上電腦或冷氣機失靈，以至家居坐廁淤塞或漏水等緊急情況，維修刻不容緩，消費者或會第一時間於網上搜尋提供上門維修服務的公司，務求覓得最快捷的解決辦法。本會從一些個案發現，此類維修公司的網頁縱使註明「服務承諾」，亦可於短時間安排上門檢查，但服務質素未必有保證，亦有實際收費與報價不一的情況，未能妥善解決問題之餘，反為消費者帶來更多煩惱。

個案一：上門通渠「通完又塞」 服務承諾失實

去年 8 月，許先生因家中廁所嚴重淤塞，於網上找尋通渠維修服務，看到 A 公司網頁訂明「不成功不收費」，便立即致電預約。A 公司即日派出師傅上門，檢查後表示需要使用高壓水槍解決問題，服務費 \$3,000。許先生考慮到 A 公司網頁設有服務承諾，故相信其水準專業，遂以現金即時支付 \$3,000，亦獲發單據。師傅當日完成通渠工作。

許先生原以為通渠後問題已解決，但數天後廁所再度淤塞，他立即要求 A 公司跟進，惟 A 公司每次皆以未能聯絡負責該區的師傅為由推搪。許先生於 9 月 3 日向公司表明淤塞問題不能再拖，要求履行「於

維修後一星期內如再次出現相同問題，即免費上門檢查修理」的服務承諾，豈料職員反指其工程已完成超過一星期，再次上門維修將另行收費。許先生反駁指通渠服務於 8 月 19 日進行，而首次向公司報告問題的日期為 8 月 25 日，證明淤塞問題確實於一星期內發生，可是對方堅持立場。

許先生於是向本會投訴 A 公司違反服務承諾，故意拖延至第二個星期才回覆他，然後以超過保養期為由拒絕跟進，他要求公司立即提供免費維修，否則予以退款。

跟進

本會發信予 A 公司後一直未獲回覆，經催促後，公司才以電郵回覆表示經已於 8 月 19 日安排師傅替許先生的單位進行高

壓水槍疏通渠道，聲稱當時已

說明一次性工程不會有保養，拒絕提供任何安排，許先生接獲此回覆後，未有要求本會再作跟進。

個案二：冷氣維修公司地址不 正確 消費者追討無門

方小姐早前因分體冷氣機漏水，於網上找到 B 冷氣維修公司，見其收費合理，便以手機應用程式預約服務，該公司隨後派技工上門清洗冷氣機喉管，收費 \$750。兩個月後，方小姐發現同一部冷氣機製冷失效，再次透過手機應用程式預約 B 公司上門維修。維修當日方小姐並不在家，B 公司以短訊通知已替她補充雪種 (\$750) 及更換電容

(\$300)，方小姐安排家傭以現金支付全數款項。

然而，她回家後，發現製冷情況未見改善，並且出現漏水，初時 B 公司以訊息回覆承諾跟進，其後不了了之，期間她多次撥打網頁列出的聯絡電話皆無人接聽，同時發現單據所列位於觀塘的地址並不正確。在此情況下，方小姐只好以 \$1,200 另聘冷氣維修服務。據方小姐稱，另聘的技工指出 B 公司實際上沒有替她更換電容，她已就此事自行向香港海關舉報，此外亦希望能透過本會協助取回不合理的收費。

跟進

由於公司地址不正確，本會未能發信予 B 公司，只能按網頁資料致電聯絡負責人，該負責人接聽電話後聲稱觀塘的舖位已沒有續租。該負責人對當日有否進行換電容程序不置可否，只表示維修項目經已完成，人工及物料成本亦已付出，堅決不會退款。經本會再次調停後，該負責人曾口頭

承諾退回 \$500 作和解，方小姐獲悉後亦同意以此作結，豈料該負責人其後一直拒絕回應本會及確認退款安排，本會最終建議方小姐如未成功接獲退款，只好考慮透過其他途徑追討。

個案三：上門檢查後聲稱要取走電腦作深入檢查

林小姐的電腦出現故障，見 C 公司提供上門電腦維修甚為便利，於是致電預約。C 公司職員檢查後初步相信是電腦主板損壞，提議讓他們把電腦帶回公司作詳細檢查，林小姐支付 \$280 檢查費後，讓他們取走電腦。當晚她接獲 C 公司來電，對方指其電腦主板已損壞，提供兩個解決方案(1) 更換主板 (\$1,200) 或 (2) 由公司替她重新組合一部新電腦 (\$3,200)。林小姐表示價格昂貴，不欲維修，此刻對方以不友善語氣指雙方既已付出金錢和時間替電腦檢查，何不考慮完成維修，更改口說更換主板只需 \$800，並指新主板的預期壽命可達兩

年，她才承諾更換主板。數日後 C 公司將已修妥的電腦送回，因交收過程匆忙，林小姐沒有留意收費由 \$800 變成 \$1,080，便全數支付。其後林小姐發現電腦再次故障，她自行拆開機身檢查，始發現 C 公司沒有更換主板，但 C 公司拒絕作出跟進，林小姐於是向本會投訴 C 公司服務不對辦。

跟進

C 公司回覆本會，聲稱從未承諾為林小姐更換新主板，指單據已列明維修項目是修復主板芯片及硬碟損壞部分，而除了維修費 (\$800)，亦要收取人工費 (\$280)，故總維修費為 \$1,080。公司並提及維修後一般保養期為 7 天，但林小姐數月後才發現有問題，不會跟進。鑒於本會積極交涉後仍未能成功調停個案，林小姐需要考慮透過其他途徑追討，本會同時告知若她認為商號承諾提供的服務項目及收費與實際不符，可考慮聯絡香港海關。

總結

消費者一般缺乏維修知識及技能，只能信賴維修技工的經驗及水準，可是維修服務的整體質素是難以即時判斷的，直至問題再次出現，方知先前的維修服務未如理想，更可能需要支付額外費用進行補救，屢修無效的問題確實教人困擾。故此，本會建議維修服務商衡量營商效益之餘，亦應從消費者的角度多作考慮，提升服務質素除了有助解決當前問題，也能建立消費者的信心及商譽。

另一方面，本會留意到不少提供上門維修服務公司的網頁，皆標榜服務「時間不限」及「地點遍及全港」，以及「不成功不收費」，看似非常便利，亦令人對其服務有一定期望，但消費者實難單憑網頁內容掌握公司背景及其商譽，始終網上資料不可盡信。有見及此，消費者選擇維修服務時可參考以下提示，提高自身保障。

- **考慮設有門市的商號：**如要透過網上尋找上門維修商號，消費者不妨先核實商號是否設有門市，及註明營業地址與聯絡途徑。光顧設有門市的商號，一旦出現消費爭議，消費者可面對面與

商戶人員交涉，如協商不果需要本會協助，本會亦可透過營業或門市地址與商號聯絡及跟進，若選擇訴諸法律，亦可憑藉地址送達文件。

- **可循商號背景及其認可資格作出衡量：**留意商號網站有否提及持有一些政府部門發出的認可資格，例如：水喉匠牌照（水務署）、電業工程人員／承辦商牌照（機電工程署）及註冊小型工程承建商（屋宇署）等等，有需要更可透過以上政府部門網頁查閱相關註冊人員或公司的資料，選擇持認可資格的商號為較穩妥的做法。
- **主動瞭解保養責任，把握維修後保養期：**小型維修工程大部分屬於一次性服務，消費者除事前瞭解維修項目的詳情及收費外，更應主動詢問商號維修服務是否設有保養期，及維修後發現問題持續的安排，並將保養詳情於單據上列明，以避免爭拗。另外，消費者預約服務時，亦可詢問是否由商號發出正式單據及付款途徑，若然對方要求將維修服務費用存入個人戶口，則要格外留神。

