

# 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。



# 「貨到付款」投訴惹關注 留意不良網站特點

不少消費者喜愛網購，但一如實體零售模式，網購亦存在一些不良的營商手法。本會於2017年開始接獲不少手法相類，以「貨到付款」方式進行的網上交易投訴，爭議原因主要是貨不對辦。由於此類個案的性質及銷售手法甚為相似，情況令人關注，本會特此提醒消費者如發現銷售網頁出現以下特點，必須提高警覺。

## 經社交平台連接網頁 標榜「正品」、「免運費」

楊小姐給一則標榜「英國正品」及「免運費」的社交平台帖文吸引，於是按下連結，進入一個設計精美的網頁。楊小姐指該網頁刊登了某英國品牌外套的照片及廣告片段，貨品描述十分細緻，更明文強調「只售正品」，她信以為真，填寫購買資料，而付款方式一欄只有「貨到付款」可選。上門送貨當日，她支付現金\$429予送貨員，可惜打開包裹後，內裡只不過是一件韓國牌子的同顏色外套，絕非網頁所指的英國品牌。

楊小姐向本會表示，她多次透過電郵與賣方交涉，初時賣方曾說扣除手續費後，最多退回四成費用予她，後來卻不了了之。本會接獲此個案後，向賣方發出電郵但沒有回音，其後撥打由楊小姐提供的一個聯絡電話號碼，接聽的人士聲稱不知交易詳情，並表示他們只是一所運輸公司，本會其後再次致電此號碼時已無人接聽，楊小姐明白在此情況下追討有困難，告知本會經已向海關舉報。

## 派遞公司先收款 取貨後發現貨不對辦

李女士看見社交平台推薦專頁出現現儀牌子的背囊廣告，宣傳限時「買一送一」優惠，原價\$900，現時只需 \$469便有兩個，更列明可以無條件退貨，李女士不虞有詐，便輸入資料訂購兩個背囊。約一星期後派遞員送貨上門，李女士當時要求先驗貨才付款，但遭派遞員拒絕，對方表示必須先付款才交貨。李女士無奈照辦，惟拆開包裝後發現只是兩個不知名品牌背囊，而且尺寸非常細小，完全不是她訂購的貨品，此時她要求

拒收貨品，可惜派遞員說她經已簽收，不可退貨。據李女士所述，該網頁連結已經失效，她發出電郵投訴亦沒有回應。由於李女士未能提供其他聯絡賣方的途徑，本會唯有發出電郵給賣方，同樣沒有回音，本會遂建議她諮詢法律意見，並且考慮是否有需要向執法部門舉報。

## 網址及聯絡電郵之寫法較為「古怪」

陳先生經社交平台連結至一個銷售休閒運動鞋的網頁，他見款式及價格合適，便按下「立即購買」，隨即接獲電郵確認訂單。數日後陳先生接獲派遞公司的取貨通知短訊，取件時將現金\$490交予派遞公司門市職員，回家後打開包裝，卻發現鞋子左右腳尺碼不一，質素亦不理想。陳先生表示，該網頁沒有公司名稱及電話，他發出電郵投訴後，賣家回覆聲稱委託了派遞公司處理退款，建議他先辦理退件，退件後會有專人上門退款。陳先生於是按照賣家建議辦理退件，並另行支付退件運費\$58，之後他一直追問退款安排，可是賣家不再回應其電郵，而派遞公司只確認已成功退件，但重申退款一事不是他們負責。

陳先生求助無門，於是聯絡本會，但賣方的身份及其他資料都不詳，送貨單上顯示的寄件人只是幾個英文字母，而包

裏則從一個貨櫃碼頭地址寄出，根據這些資料根本無法聯絡經營網頁的負責人，本會後來得到陳先生同意，將此個案轉交香港海關跟進。



HK\$490

立即購買

## 本會跟進及提醒

綜合同類型個案所見，「貨到付款」網購活躍於社交平台，通常以一些知名品牌作招徠，消費額普遍不會太高，對部分消費者來說，確是十分吸引。倘若消費者仔細留意，這些網頁往往不顯示商號名稱，其網址及電郵通常由一些無甚意義的英文字母或數字串連而成，有別於一般常見寫法，網頁更會隨時失效。不少消費者向本會反映，這些網頁僅提供一個聯絡電郵，購物初時賣方通常迅速回應他們的查詢，可是當他們要求跟進有問題貨品時，賣方便會聯絡不上。同樣，本會就此類個案所發的電郵有不少石沉大海，接收電郵一方的身份是甚麼，事實上無人知曉。即使有個

別消費者從網頁或送貨單上找到一些工廠地址或電話號碼，本會按這些資料聯絡上的，亦未必承認是經營網頁的負責人，以致個案跟進甚為困難，本會遂將適當的個案彙轉執法部門。

「貨到付款」看似方便，不必擔心使用信用卡時資料外洩，也免卻銀行排隊入數時間，而且有專人上門送貨；然而，此方式對於保障消費者而言較為不利。派遞公司一般只負責送貨及按指示收取貨款，往往不允許消費者於付款前先檢驗貨品，當發現貨品有問題時，消費者既不能即時要求派遞員退貨退款，事後亦難以向賣方追究，所以消費者在網上被不同網購資訊吸引的同時，也務必小心為上。

## 建議事項

- **衡量付款方法之利弊：**較有規模的網絡銷售商，往往提供多於一種付款方法，例如信用卡、銀行轉帳或其他電子支付平台等等，消費者如使用以上方法，可以事先瞭解收取貨款的是公司戶口抑或個人戶口，並且有信用卡月結單或轉帳等紀錄，追查時亦較為有憑證。同時，部分信用卡設有退款申索機制，萬一發生問題，例如付款後商號沒有送貨或貨不對辦，使用信用卡支付全費的消費者可以嘗試透過此方法申請退款。相反，若網絡銷售商只提供上述「貨到現金付款」的方式，消費者須慎重評估有關風險。
- **選擇有信譽的網購商號：**社交平台資訊滲透率高，運作成本低，是吸引營商者以此營銷的主要因素。使用社交平台的網絡銷售商眾多，質素卻不一定有保證，對於一些沒有營業地址及聯絡電話，背景不詳的網店，消費者應自行判斷風險，考慮的因素應包括收取貨款的方式、收款一方是否公司戶口、商號聯絡資料是否真確、用家評價及信譽等等。
- **理性消費 便宜莫貪：**一些網店以減價促銷作招徠，有些版面更設有「倒數計時器」，或突顯已售出的貨品數量，提升消費者的購買意慾。網絡世界資訊不可盡信，消費者必須審慎，對於一些低於一般正常價格出售的貨品，應加倍小心。不論是經營實體店抑或網店的商號，都必須提供充分、清晰及真確的資料（包括貨品相關說明、商戶的身份及營業地址等資料）。如消費者懷疑有商號出售假冒貨品，或涉嫌使用虛假商品說明或作誤導性遺漏，可以向香港海關舉報（熱線：2545 6182）。
- **派遞或倉儲公司應慎選合作伙伴：**就此類「貨到付款」個案而言，消費者如對所收貨品感到不滿，在未能聯絡網店或網店對其投訴不作跟進的情況下，往往會詢問在港的派遞或倉儲公司，並向他們尋求協助。雖然這些公司聲稱只充當送貨及收取貨款的角色，並且認為自己是第三方，不會介入消費者與網店之間的爭議，但若接獲為數不少此類投訴，始終對其商譽有一定影響。故此，派遞或倉儲公司應謹慎考慮所涉網店的信譽，並且檢視與對方的合作關係，以免助長此類不良銷售手法令消費者蒙受損失。