

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。

有無留意條款？

點解咁貴？

有咩保障？

千金難買心頭好！

得番最後一張！

最平架喇！

透過二手平台
買賣門券

欠保障風險高

BUY NOW!

近年舉行的演唱會、演奏會、棟篤笑、舞臺劇、大型體育賽事等經常一票難求，面對全城搶票的墟口情況，部分十分渴望觀賞表演的消費者或會透過網上群組或拍賣平台以高價購買二手門票。這股搶購表演門票的熱潮造就專門轉售門票的網上平台的出現，這些平台均聲稱能保證在其網站購買門票的消費者會於有關活動前收到有效的門票。本會審視3個專門出售二手門票的平台，包括「Stubhub」、「Ticketbuynow」及「Viagogo」，提醒消費者於平台購票時要留意甚麼條款和如何保障自身權益。

非官方售票渠道

消費者須留意，「Stubhub」、「Ticketbuynow」及「Viagogo」為二手門票平台，並非活動和表演主辦機構的官方指定售票平台，它們只提供一個平台讓持票人（即「賣方」）出售手上的門票。

「Stubhub」及「Viagogo」的買賣流程相似，平台根據賣方填寫的資料於其網站出售門票，門票售出後，賣方須於指定寄送期限內以指定方式寄出門票予「買方」，表演日期過後，該2個平台才會向賣方透過銀行電匯或PayPal發放相關款項。

「Ticketbuynow」同樣根據賣方填寫的資料於其網站出售門票，門票售出後，平台會派員和賣方見面並以現金收購門票，然後平台會以速遞形式向買方送出門票。

買方於上述3個平台購買門票都不會知悉賣方的真正身分。

為何光顧門票轉售平台？

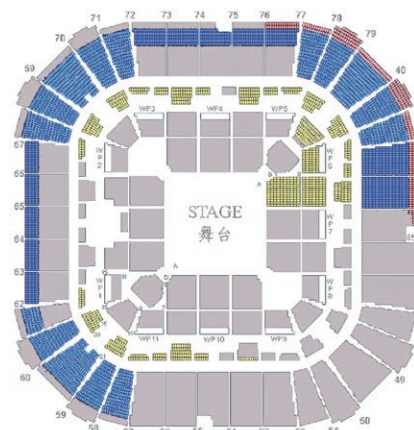
就以今年9月初作公開發售的一個演唱會為例，雖然公開發售後主辦機構已公布門票全數售罄，惟上述3個平台仍一直有大量該演唱會的門票以高價出售。而在該演唱會門票公開發售之前，理應未有市民獲得實體門票的情況下，本會留意到上述3個平台已經在出售該演唱會的門票，若

不計較門票的售價，門票轉售平台看來真的能為忠心粉絲提供心儀門票。

高於門票上標示的價格售票

買方於門票轉售平台揀選心儀的表演及演出日期後，平台會按門票的售價，由

以9月初公開發售門票的一個演唱會為例子，該演唱會的門票於「城市售票網」按售價分為黃（\$980）、藍（\$580）及紅色（\$380）票區。而3個門票轉售平台均把黃、藍及紅色票區分別命名為A、B及C區。實際座位區域、行數及座位一般以數字表達，但3個門票轉售平台均沒有列出實際座位的資料。



本港法例對「黃牛」門票的規管

《公眾娛樂場所條例》(第172章)(《條例》)第6條訂明,任何人以超過獲發牌公眾娛樂場所的東主/管理人或該場所內所舉行的活動籌辦人就活動所定的款額的票價,售賣或要約出售該等門票,或展示或管有該等門票以供出售,或游說他人購買該等門票,即屬犯罪,一經定罪可處罰款\$2,000。但根據《公眾娛樂場所(豁免)令》(第172D章),《條例》不適用於康樂及文化事務署(康文署)轄下的場地。

民政事務局的回應

相關政府部門如何打擊「炒黃牛」活動?

根據《條例》,任何人士如在任何場所舉行讓公眾入場的「娛樂」活動,不論是否收取入場費,即屬公眾娛樂場所,受《條例》所規管。《條例》訂立的主要目的是保障公眾安全和秩序。倘若發現懷疑違規情況,或接獲有關舉報,當局會作出跟進,並視乎個案情況採取適當行動。

就康文署管理的場地而言,康文署已實施一連串措施,務求門票可按正式途徑有秩序及公平出售。有關措施包括在門

票發售首日設定每人每次的購票限額、鼓勵主辦機構盡可能撥出更高比例的門票公開發售、協助康文署轄下場館的節目推行「實名制」購票模式等。康文署場地在活動舉行期間亦會加派場館職員和保安人員在場館範圍巡查;如發現有人將所購得的門票在場地管轄範圍內進行交易及轉售等行為,場館工作人員會制止這些活動及要求有關人士離開,並在有需要時知會警方協助處理。

表一: 3 個門票轉售平台出售於 9 月初公開發售的某演唱會門票的最低售價

表演日期	票面定價 \$380			票面定價 \$580			票面定價 \$980		
	12 月 17 日 (星期一)	12 月 20 日 (星期六)	1 月 3 日 (尾場)	12 月 17 日 (星期一)	12 月 20 日 (星期六)	1 月 3 日 (尾場)	12 月 17 日 (星期一)	12 月 20 日 (星期六)	1 月 3 日 (尾場)
Stubhub	\$2113 (5.6 倍)	\$1922 (5.1 倍)	\$1678 (4.4 倍)	\$1238 (2.1 倍)	\$1593 (2.7 倍)	\$1731 (3.0 倍)	\$2888 (2.9 倍)	\$3107 (3.2 倍)	\$3108 (3.2 倍)
Ticketbuynow	\$1395 (3.7 倍)	—	\$1830 (4.8 倍)	\$1870 (3.2 倍)	\$2150 (3.7 倍)	\$2370 (4.1 倍)	\$2920 (3.0 倍)	\$3100 (3.2 倍)	\$3195 (3.3 倍)
Viagogo	\$999 (2.6 倍)	\$1350 (3.6 倍)	\$1299 (3.4 倍)	\$1286 (2.2 倍)	\$1631 (2.8 倍)	\$1519 (2.6 倍)	\$2160 (2.2 倍)	\$2526 (2.6 倍)	\$2849 (2.9 倍)

註 根據本會於 9 月下旬在「Stubhub」、「Ticketbuynow」及「Viagogo」搜尋門票的結果。上述價格為搜尋門票後,列於首位的最低票價,未包括運費及服務費/管理費。

低至高列出可供購買的門票,買方可根據購票數量以及票價區域(「票區」)篩選搜尋結果。

本會於9月下旬於3個門票轉售平台搜尋3場該演唱會的門票,發現標示的門票價格都較官方售價為高,標示價最低的亦比原價高出1.1倍(即\$658),而標示價最高的1張門票,售價更高達\$40,000,即原價的40倍以上。表一列出該演唱會其中3場的最低價門票搜尋結果。

買家揀選心儀門票並輸入個人資料及地址後,帳單上便會顯示相關的運費及服務費,各平台的服務費按門票的售出價而定,由15%到28.8%,以「Viagogo」收取的服務費最高,若門票售出價為\$2000,買方最終須另外繳付\$576服務費。收費詳情見表二。

為何於上述平台出售的門票都定價甚高?

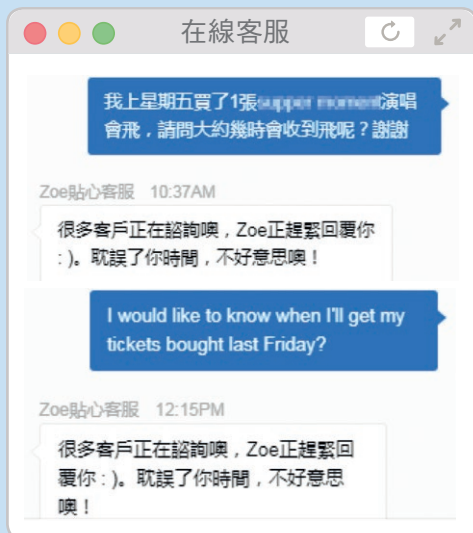
賣家輸入門票資料後,「Stubhub」及「Viagogo」都會向賣家提供每張門票的建議售價,該建議價聲稱參考了有關平台上同類型的門票售價。以出售9月初開售門票的一個演唱會為例,建議價一般等於原價約4至5倍。

雖然「Stubhub」及「Viagogo」分別在其「出售門票」的版面表示「在Stubhub香港發布銷售廣告是免費的」及「上架銷售你的門票永遠是免費的」,但用戶使用門票轉售平台,不論購買抑或出售門票,其實都要支付服務費/管理費,而收取的費用分別為賣家設定的門票售價的10%或18%,「Viagogo」會在賣家設定的票價中自動扣

表二: 門票轉售平台收取的運費及服務費/管理費

	買家		賣家
	本地運費	服務費/管理費 (按門票售出價繳付的百分比)	服務費/管理費 (按賣家設定售價繳付的百分比)
Stubhub	免運費	16.5%	10%
Ticketbuynow	每次 \$38	15%	18%
Viagogo	每張門票 \$24-\$47	28.8%	10%

註 本地運費的資料根據本會職員實試購買門票時平台上的收費顯示。買家及賣家的服務費/管理費資料根據各平台的條款和細則。



除服務費，而「Stubhub」及「Ticketbuynow」則會在賣家設定的票價上，加上服務費/管理費作為標示票價，這解釋了為何於上述平台出售的門票溢價往往十分高昂。

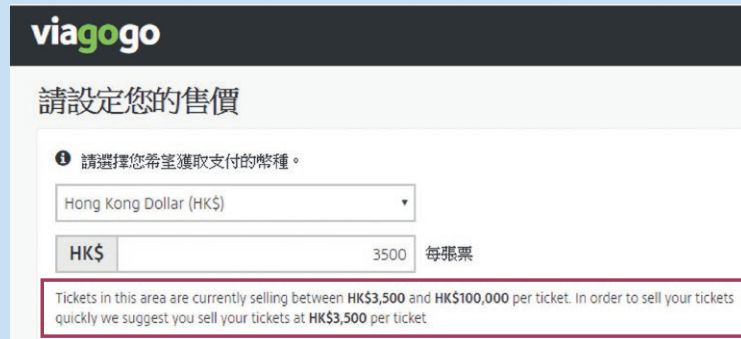
門票資料的標示

此外，3個門票轉售平台出售門票時的標示亦有欠清晰，一般只會標示有關表演的日期、開始時間、場館名稱及門票所屬票區。「Stubhub」及「Viagogo」均不會標示列印在門票上的官方票價，而所有平台都不會標示列印在門票上的座位行數及位置的資料，也沒有列明活動的條款及限制（例如年齡限制）。本會曾收到數宗有關門票轉售平台的投訴，表示於該些平台購得的門票的實際位置，與購買時網頁顯示的資料不符。

實試購買及出售門票

買家於門票轉售平台購買表演門票，究竟是與有關平台抑或個別賣家進行交易，還須執法機構甚至法庭裁決才能定奪。但面對交易時資訊不足的情況，買家該如何自保？買家向平台支付了高昂的服務費後，平台有否提供相應的客戶服務和保障？

本會就上述問題於9月初多次向3個門票轉售平台作出查詢，然而本會一直沒有收到回覆。與此同時，本會職員於3個門票轉售平台嘗試購買及出售門票，瞭解各平台的購票及賣票流程，以及其客戶服務的質素。



Viagogo 建議賣家以 \$3,500 出售原價 \$980 的演唱會門票，建議價為原價的 3.6 倍。

客戶服務

「Ticketbuynow」雖然於首頁列載了客戶服務聯絡電話、電郵、即時通訊的資料，但本會職員多次致電客戶服務熱線均無人接聽，於即時通訊的談話亦只收到公式的自動回應，最終本會職員一直未能聯絡上「Ticketbuynow」的客戶服務員。

「Stubhub」及「Viagogo」的網頁都沒有提供客戶服務的聯絡資料，用戶點擊網頁上的「聯絡我們」或「顧客支援」後，都會被帶到「常見問題」的版面，用戶只可以揀選預設的問題去觀看預設的答案，所有預設答案都沒有列出客戶服務的聯絡資料。

即使用戶於「Stubhub」或「Viagogo」買了門票，於「我的帳戶」內也找不到客戶服務的聯絡資料。

「Viagogo」的用戶出售門票後，「我的帳戶」內顯示了一個14位數字的客戶服務熱線，本會職員多次致電但一直未能撥通，電話訊息顯示沒有該號碼（not in service）。由此可見，買家和賣家雖然都向平台支付了高昂的服務費，但如有疑問，難以尋求任何支援。

何時收到門票

用戶購買門票後，「Stubhub」於「我的帳戶」顯示預計寄送日期，用戶可藉此估計收到門票的時間。「Viagogo」於確認訂單的訊息中表示，門票將在活動開始前的一周內送遞到指定收貨地址，用戶大有機會於表演日數天前才收到門票。

「Ticketbuynow」則沒有提供任何有關門票何時寄出或用戶將於何時收到門票的資訊，用戶根本無從估算收到門票的時間。

海關的回應

消費者於門票轉售平台上的交易是否受《商品說明條例》保障？

《商品說明條例》（《條例》）第2條界定「商戶」為，就某營業行為而言，該人行事（或其行事的本意）的目的，是關乎該人的商業或業務。評估某個體就某營業行為是否一名商戶，將視乎進行有關活動的目的是否關乎該個體的商業或業務而定。因此，如某人以某公司的僱員或銷售代表的身份向消費者售賣貨品或提供服務，該人會被視為「商戶」。相反，如某人以私人義工透過互聯網售賣貨品以處置閒置的個人物品，則其行事目的不大可能被視為關乎其商業或業務。

《條例》第7A條列明，「商戶」如將虛假商品說明應用於向消費者提供或要約向消費者提供的服務，或向消費者提供或要約向消費者提供已應用虛假商品說明的服務，即屬犯罪。此外，《條例》第131條規管「不當地接受付款」的不良營商手法，「商戶」如在接受付款時無意供應有關產品、意圖供應其他有重大差異的產品，或沒有合理理由相信將能在協定或合理的時間內供應有關產品，則可能觸犯《條例》中不當地接受付款的罪行。違反《條例》屬嚴重罪行，一經定罪，最高可被判罰款\$50萬及監禁5年。

海關在處理懷疑涉及違反《條例》的個案時，需要考慮個別事件的實際情況及相關因素，才能判斷該個案是否有抵觸《條例》。因每一宗案件的情況皆有其獨特性，不能一概而論。

寄失或送遞延誤

倘若門票寄失或送遞延誤導致買家在表演前未能收到門票，買家可否取回已付款項呢？「Viagogo」的條款和細則沒有提及有關情況。「Stubhub」及「Ticketbuynow」的條款列明「保證門票交付運輸中出現的問題不屬於賣方或買方責任」。至於門票寄失時的具體安排，各平台的「常見問題」都沒有答案，買家若遇上上述情況，亦難以保證可取回已付款項。

門票無效

倘若買家在表演當日出示經門票轉售平台購買的門票進場而被拒絕，根據「Ticketbuynow」的網站資料，平台聲稱會退還款項給買家；「Stubhub」的條款和細則列明，在買方確認成功參加了有關活動後才發放相關款項予賣方，平台若收到買家的投訴會作出仲裁，賣家有機會須要補償買家的損失以及向平台支付罰款\$450。「Viagogo」的條款和細則列明，受影響的買家須於問題發生後48小時內作出投訴，填寫爭議索賠表並提供佐證申請退款，賣家有機會未能獲取任何款項之餘，並須承擔替買家尋找替代門票的費用。

賣方因「門票無效」而招致 \$6,000 罰款

本會曾接獲市民反映意見，指早前曾於某門票轉售平台成功售出某演唱會門票，但在該場演唱會演出數日後，他發現其信用卡戶口被有關平台收取了\$6,000，有關平台聲稱是因門票無效所招致的罰款，卻沒有向他提供證據、退回門票或讓他作出申辯。由此可見，透過門票轉售平台進行交易的買賣雙方均須承受一定的風險。本會必須提醒類似上述情況的當事人是以轉售門票的身份進行交易，並非消費者，故本會不會處理該類個案。



外地情況

門票轉售平台的銷售手法問題並非香港獨有。澳洲、紐西蘭及英國的消費者組織於2017年共同對門票轉售平台作出深入研究。根據澳洲、紐西蘭及英國的消費者組織收到的1051宗投訴個案，用戶一般不滿票價過高、被收取了必須支付的隱藏費用及被混淆所購門票為一手門票抑或二手門票。

報告亦詳細研究以下問題：

1. 平台資料標示不清晰及有遺漏

門票轉售平台普遍不會顯示門票的行數及座位位置、票面的標價、座位限制（只限18歲以上進場、小童門票或傷健人士門票）、座位景觀會否受阻擋等資料。

2. 平台催促用戶作決定的標示

「你揀選了這區域的最平門票」、「這是這價錢的最後1張門票」、「只剩下少於1%的門票」、「門票就要賣光了」、「剛剛有4個人購買了這個活動的門票」、「有5個人正在查看這門票」等標示都有誤導之嫌，因此於2017年8月，澳洲競爭及消費者公署（Australian Competition and Consumer Commission，簡稱ACCC）於澳洲聯邦法庭控告「Viagogo」作出虛假及具誤導性的標示和營業行為，「Viagogo」否認有關指控，有關法律程序仍在進行中。

3. 活動主辦方透過低分額的公開發售比例製造門票渴市的現象

內銷門票比例偏高，部分演唱會只公開發售12%的門票。

4. 「黃牛黨」透過電腦程式搶購門票

美國政府認為使用搶票程式購票有損一般消費者的公平競爭，同時希望避免「黃牛黨」（ticket scalpers）藉電腦程式搶購大量門票作炒賣用途，因此於2016年實施《Better Online Ticket Sales (BOTS) Act》，禁止以高於原定票價售賣或要約出售透過電腦程式於網上購得的門票。

表三：澳洲、紐西蘭及英國的投訴人於門票轉售平台遇到的問題

投訴人於門票轉售平台遇到的問題	投訴個案百分比
支付比票面面值高的溢價	75%
被收取了隱藏費用	56%
以為平台為官方售票平台	48%
座位或區域不符標示	15%
出現問題時客戶服務未能提供協助	13%
信用卡被多收費用	11%
沒有收到門票	11%
收到偽冒門票	8%
因門票購自門票轉售平台而被活動主辦方拒絕進入場地	3%

註 資料根據 2017 年 4 月至 6 月澳洲、紐西蘭及英國的消費者組織收到的投訴個案所作的統計，部分投訴人於門票轉售平台遇到超過 1 個問題，因此總數超過 100%。

使用門票轉售平台的風險

從門票轉售平台購買已抬價的表演門票，會助長炒賣風氣，本會不予鼓勵。而有關交易未必被界定為消費者與商戶之間的交易，保障消費者的法例未必適用。再者上述平台的實體辦事處以至賣家的個體都有可能位處境外，聯絡和追討都有相當難度。客戶若遇上困難能否獲得適時協助亦十分重要，是次調查發現部分平台雖然列出客戶服務熱線或電郵資料，但本會實試期間一直得不到回應，可見其客戶服務形同虛設，如用戶遇上問題，只能自求多福。而買家和賣家都須要向平台支付高昂的服務費，從實試經驗和使用條款所見，用戶完全得不到相應的客戶服務及保障。因此，客戶考慮使用門票轉售平台前應三思而後行。