

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。

旅行社代購當地遊服務貨不對辦 如何處理？



自遊行的優點是靈活自主，切合個人喜好，但若要兼顧行程、膳食及交通等各方面安排，未免頗為費神。本港旅行社為自遊行旅客代為購買目的地之當地遊、體驗活動及景點門票等的服務，方便他們預先準備及安排遊覽節目，免得在行程中大費周章。然而，偶有消費者反映付款後未能享用旅遊產品或服務，或是發現質素未達預期，現藉本文提醒消費者購買此類旅遊產品及服務要注意的事項。

個案一：準時到達集合地點 無人接應

林小姐與友人抵達韓國後，瀏覽A旅行社的手機應用程式，發覺一個導賞團的行程頗為愜意，於是透過信用卡支付港幣\$900報名參加翌日出發的導賞團，付款後亦收到A旅行社的電郵確認。林小姐及友人根據電郵訂單列出的集合詳情，於上午9時到達集合地點，可是，旅遊車到達後，車上的導遊發現旅客名單上沒有她們的預訂資料，不能安排她們上車。林小姐無奈地目送旅遊車離去，撥打A旅行社服務熱線近15分鐘才聯絡得上職員，職員聲稱她訂的是較後出發的一班車，旅遊車應該尚未到達，告訴她們耐心等待。林小姐半信半疑，因訂單所示的集合時間的確是上午9時，但在這情況下亦只好聽從職員的說話，可惜等候近半小時仍然不見旅遊車的踪影。

林小姐心急如焚，幾經辛苦才再次接通A

旅行社的熱線，得到的答案竟是該團已經出發了，她質問職員為何前言不對後語，半小時前明明告訴她們繼續等候，現時卻說經已出發，惟職員支吾以對未能解釋因由。據林小姐所述，A旅行社事後曾經承諾退款、賠償當日因事件衍生的長途電話費及900積分，現時只取回導賞團的退款，其他賠償一直沒有跟進。林小姐於是聯絡本會，投訴A旅行社職員提供的訊息混亂，其24小時服務熱線經常打不通，服務極之不專業，她對A旅行社已失去信心，要求補償相關的長途電話費開支，及將900積分轉為\$300現金賠償。

跟進

本會轉介此個案予旅遊業議會後，從A旅行社回覆旅議會的覆函中得知，A旅行社最後安排了現金\$422及5,000積分作為對林小姐的賠償，林小姐亦已接納此安排。

個案二：行程突遭更改 華語導遊變英語導遊

梁小姐早前打算與父母前往泰國自遊行，於B旅行社網站看到一個註明由華語導遊帶領的曼谷市內觀光包酒店自助午餐一天團，由於父母不諳英語，她認為此團適合不過，於是即時支付\$1,134報名。

報名後一星期，B旅行社突然以短訊通知梁小姐，說該團的行程有所更改，除參觀地點次序有所調動外，自助午餐地點亦由酒店改為市內高級餐廳，雖然梁小姐對於未能於酒店享用午餐有些失望，但經詢問下，B旅行社職員表示有關華語導遊的安排不變，於是她沒打算退出。然而，結果是全程導遊只說英語，父母根本聽不明白，興緻自然大減，而且午餐質素完全不符合高級餐廳的水準，梁小姐隨即向B旅行社作出反映，一直得不到回覆，於是向本會投訴。

跟進

本會將個案轉介旅遊業議會後，B旅行社作出詳細回覆，解釋出團前數天始收到當地供應商通知更改該團的行程內容，當中並沒有提及轉用英語導遊。B旅行社表示接到投訴後，向當地供應商瞭解，供應商承認該團已轉用英語導遊。對於事件給梁小姐及其家人帶來不愉快經歷，B旅行社表示歉意，並答應全數退款，個案得以圓滿解決。

個案三：美術展結束仍售賣門票

楊先生於2017年在C旅行社網站購買了3張澳門立體美術展門票，費用為\$204，預備於11月18日在澳門遊玩時參觀。楊先生按指示於澳門碼頭的C旅行社櫃位憑收據領取美術展入場券，可是到達會場後，場內職員卻表示美術展於11月初經已結束。楊先生非常驚訝，指出C公司的收據註明美術展門票有效期至年尾，同時，碼頭櫃位職員竟仍然給他入場券，令人費解。楊先生認為C旅行社做事馬虎，徒令消費者浪費時間及金錢，亦沒有回應其投訴，對C旅行社更感失望，要求本會協助討回買票的款項。

跟進

本會將個案轉介旅遊業議會後，C旅行社回覆並解釋電郵系統早前出現故障，以致未能適時回覆楊先生，C旅行社經已直接聯絡楊先生跟進退款安排及致歉。

總結

首宗個案的涉事本港旅行社，雖然並非導賞團的服務提供者，未必能在安排出現岔子時，直接採取補救行動，但亦應該積極與當地供應商溝通及適時提供協助，盡量減輕消費者的不快及時間上的損失。個案二的當地供應商突然對觀光團作出頗多改動，行程和導賞語言兩者均是消費者選擇觀光團的重要考慮因素，但當地供應商沒有將更改導賞語言的安排通知代售旅行社，讓代售旅行社與消費者協商，對消費者甚為不公；由於消費者乃透過代售旅行社的安排甚至推介來選擇觀光團，並且以代售旅行社所提供的資料為準，因此，選擇質素良好的當地供應商實是代售旅行社的基本責任。第三宗個案則明顯反映了本港旅行社與當地供應商缺乏溝通，甚或行政管理上出現問題，以致犯上低級錯誤——仍售賣已結束之展覽的門票。

上述本港旅行社只要安排得宜，理應可避免不愉快事件，就算個案得以圓滿解決，消費者所損失的寶貴時間亦難以補償。

給旅行社的建議

- **慎選當地供應商：**負責觀賞項目的供應商的質素尤為重要，直接影響消費者獲得的服務是否物有所值和合乎期望，旅行社審慎揀選當地合作伙伴和監察其表現實是責無旁貸。同時，代售旅行社有責任定期與當地供應商溝通，謹慎核對旅遊產品或服務的內容，以免雙方資料不一致，引起爭議。
- **加強支援服務：**旅行社的支援服務對旅客而言非常重要，如果支援熱線經常無人接聽或無法接通，會被視為服務不佳，因此應考慮加強人手或設施，以配合熱線、電郵或手機通訊程式等支援服務，以最快速度處理消費者面對的問題。
- **遵守旅議會的指引：**根據《旅行代理商條例》，所有經營出外或到港旅遊業務的旅行社都必須先成為旅遊業議會會員，然後再領取「旅行代理商牌照」。如會員售賣的旅遊產品純粹是不包括住宿而在香港以外任何地方的活動，例如當地一天遊，會員雖然毋須為此繳付印花微費，但旅議會的指引亦說明會員售賣此類旅遊產品時，必須於收據、相關宣傳資料、產品資料及行程表中清楚註明以下兩項提示(1)有關旅遊產品不受「旅遊業賠償基金」及「旅行團意外緊急援助基金計劃」的保障；及(2)有關旅遊產品會否由持有議會所發出有效領隊證的人士跟隨，違反相關指引的會員將遭受處分。

給消費者的建議

- **提早/預留時間預訂：**消費者應該盡量預早計劃行程及預訂不同觀賞項目，避免因時間過於倉促，導致行程上出了岔子或未能到當地再作確認，因而出現類似個案一的情況。
- **掌握當地供應商及旅遊點的資料：**消費者可留意當地供應商設於目的地的辦公地點、電話及電郵等資料，以便有需要時尋求協助。如情況許可，亦可事先與當地供應商再次核對報名及集合詳情。如若購買當地展覽館、景點或主題樂園門票，消費者不妨先瀏覽旅遊點的官方網站，掌握開放時間、門票及交通配套等最新資訊。
- **留意兌換安排及使用條款：**消費者落實購買前，應仔細閱讀相關條款，不少當地團設有最低成團人數，要注意成團的通知時間及一旦未能成團的安排。消費者訂購旅遊產品或服務後，一般會接獲訂單確認，然而，有時未必單憑訂單確認便可在場地或集合地點兌換服務，可能需要帶同訂單前往指定地點兌換門票，因此，必須注意訂單上的條款，尤其是關於更改/取消、兌換安排及集合詳情等條文。
- **光顧持牌旅行社：**如要購買出外旅遊服務或產品，不論是光顧設有實體店的傳統旅行社或網上旅行社，都應先查明是否屬於香港的持牌旅行社，萬一發生問題，亦有途徑作出跟進，消費者可以瀏覽旅行代理商註冊處的網站 (www.tar.gov.hk) 或旅遊業議會 (www.tichk.org) 網站查閱資料。倘若於當地使用旅遊產品或服務時遇上問題，消費者應立即透過電話及電郵聯絡代售旅行社，並妥善保留相關溝通往來及交易紀錄，以備日後進行追討，有需要亦可聯絡本會，本會接獲涉及本港旅行社的投訴後，亦會按既定程序先將個案轉介旅議會跟進。