

常見臉書消費爭議 Q & A

Q1：常見臉書廣告…等相關購物糾紛是透由那些途徑發生？

A1：除了臉書廣告外，尚有購物社團、粉絲團、代購社團、二手商品社團…等。

與此相似的網路廣告還有一般網站(蓋版)廣告、Line 網路交易或粉絲專頁等途徑。

Q2：常見臉書廣告購物糾紛類型有哪些？

A2：(1)商品與廣告內容不符。

(2)正品變贗品。

(3)商品有瑕疵。

Q3：常見臉書廣告購物糾紛無法有效解決的原因為何？

A3：(1)消費者認為賣家有詐騙嫌疑而向警方報案，經調查後發現許多賣家在境外(非台灣)註冊，無法找到負責人/公司，因商品售價不高，又有出貨行為，不一定會成立刑法之詐欺罪。

(2)消費者透過消費爭議申訴程序及民事官司途徑尋求救濟，惟當透過消費爭議申訴時，相關文書必須送達當事人，此時因業者的聯絡資訊不明，導致案件無法處理，又多數資訊不明的業者來自中國或其他國家，台灣法令無從管轄。

Q4：如何判斷臉書等廣告有高風險？

A4：(1)售價遠低於交易行情，標榜正品大特價、僅限 x 件或特價倒數。

(2)交易方式多係貨到付款，強調免運費、可拆箱驗貨或 7~30 天可退換貨。

(3)只能用通訊軟體或是 e-mail 聯絡，沒有業者電話或地址等實體聯絡資訊。

(4)僅販售單一商品。

Q5：如果已經透過臉書等廣告購買問題商品，現階段該如何救濟？

- A5：(1) 如果使用貨到付款方式，宅配物流業者除配送貨物，也受出賣人(寄件人)委託代收貨款，在法律上可以認定為出賣人(寄件人)之代理人或履行輔助人。目前較為有效的救濟途徑是保留宅配物流業者或報關行(即托運人)資料，儘速通知物流業者表示退貨，請其停止匯款給予出賣人並要求退款。倘若不成，再透過消費爭議申訴程序提出申訴，藉由協商程序爭取退費。
- (2) 經由臉書內建之檢舉機制，檢舉不實廣告。

Q6：網路購物應注意事項有哪些？

- A6：(1) 依據《零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項》規定，業者在網路銷售商品，須公告其企業經營者資訊，包含：企業名稱、負責人、電話、電子郵件信箱及營業所在地地址。其目的除了要求經營者資訊須公開、透明外，消費者亦可在消費前先行確認該電話是否有人接聽，以便萬一將來發生糾紛，能有明確的申訴及求償對象。
- (2) 網路跨境糾紛，可參考行政院消保處-申訴調解-「國人涉及跨境消費爭議之處理機制及管道」相關資訊。