

交友服務之消費陷阱

消費陷阱一

- 消費者透過交友 APP 或交友網站平台結交朋友，卻認識婚友社業務人員而參加相關活動，被強力推銷交友媒合服務。
- 消費者透過上開管道認識網友，而網友實為從事美容業的從業人員，受邀至美容營業場所體驗，被強迫行銷，購買不必要的美容商品及課程。

消費陷阱二

- 消費者誤以為填寫個人資料，實為簽訂契約；甚至是消費者簽名後，業者才填列金額。
- 消費者無力負擔時，在不知情下，被勸說或誤導而簽訂資融公司的「消費性無擔保借貸契約」，以分期付款方式加入會員。
- 業者還會要求消費者另外簽立解約協議書。

消費陷阱三

- 排約對象及服務內容不如預期。
- 繳費加入會員，業者卻未事先說明，每次排定約會仍需另繳費用，如場地費、大小型聯誼活動費用等。
- 入會不久，業者又遊說消費者另簽新合約，升等為 VIP 會員，宣稱可提供多項專屬個人服務、課程、不限次數參加課程講座及聯誼活動等。

消費陷阱四

- 消費者要求解約時，業者表示已建立消費者資料檔案，且消費者已掃描 QR CODE 獲得影音課程等為由，而要求收取建檔費、影音課程費及違約金等費用。
- 解約金多高達數萬元至十多萬元，消費者並已簽立解約協議書，因而索討無門。