

現金券冇得用優惠價？

儘管消費者的確是以「真金白銀」向商戶進行預繳，但基於預繳式消費所購買的是一種受合約條款的代用媒介，消費者需要遵守條款才能夠兌換有關產品或服務，因此，有使用限制的禮券及套票不會被視作現金貨幣，使用同等面值的禮券並不同使用同等面值的現金。這些限制最常見於可否與其他優惠券同時使用、每次使用禮券的數量限制、是否只適用於某些指定日子或時間等。

根據消委會過往個案顯示，曾有顧客購買了面值50元的餅卡現金券，並於其中一間分店選購了總值50.5元的麵包，包括優惠價16元的長法包(原價20元)、優惠價12元的瑞士卷(原價16元)、芝士包(15元)及腸仔包(7.5元)，正當他欲以現金券付款時，店員表示優惠價只適用於現金付款，如使用現金券則不能享用優惠價，故長法包及瑞士卷均需以原價計算。該顧客其後向消委會投訴，認為該店做法取巧，以折扣價吸引顧客購買大量現金券，但設限制持券人不能享用優惠價，變相抵銷現金券的折扣。消委會其後向有關商戶跟進，獲回覆稱已於價格牌上列出如顧客使用現金券，產品需按原價計算，使用條款亦已清楚印於現金券背面。消委會提醒在預繳購買現金券前，需了解所有條款，商戶亦有責任向購買者解釋清楚，以免在購買後才發現各種附加限制。

小心陰濕位 套票變廢紙

錢不成反而得物無所用。購心頭好。消委會提醒要特別留意以下「陰濕位」，以免慳魔鬼細節，即使真金白銀付了錢，亦未必能以同等價錢選購「買得多、慳得多」或「限時優惠」作招徠，吸引顧客預繳大筆款項購買現金券或套票，惟一旦結業讓消費者難以追討，當中還可能暗藏再有連鎖餅店執笠，令已預繳餅卡的苦主申訴無門。不少商戶標



不少現金券也設有使用期限，使用者需於有效期內使用，否則商戶有權不接納已過期的現金券。過去消委會便曾接獲投訴，涉及商戶與消費者在現金禮券有效期計算上出現分歧。王先生於某年3月10日向B公司購買3張100元現金禮券，禮券印有該券發出日期及12個月使用期限，當他欲於翌年3月10日使用禮券購物時，B公司職員卻指禮券已過期及失效。王先生認為禮券只寫明有效期為12個月，並沒有清楚說明是否包括發出日期當天，也沒有向消費者解釋有效期的定義，故向消委會投訴。

有效期邊日開始計？

B公司其後回覆該公司所發出的現金券有效期均為12個月，即由發出當日起計365天(潤年為366天)，而且亦已將禮券資料存入電腦，顯示王先生所持有的禮券有效期至3月9日。B公司拒絕承認誤導消費者，但願意安排與王先生和解。在購買現金券前，應先向商戶了解清楚有效期是如何計算，並避免留待最後一日才使用。至於針對永久適用或沒有註明有效期的禮券，也要密切留意商戶的營業情況，一旦結業便要蒙受無法兌換產品及服務的損失。

近年傳統紙張現金券逐漸電子化，使用細則一般會以電子媒體提供，例如商戶的網頁及電郵等。消費者未必能在購買電子卡或電子券時清楚了解相關條款，亦可能難以掌握餘額狀況。過去便曾有消費者就電子卡的付款問題向消委會投訴，投訴人張小姐向H公司以180元購買10張面值18元的飲品

電子券要增值補差價？

券，店員稱若選購18元以上飲品只需補錢便可，並將套票以電子券形式存入其會員電子儲值卡。張小姐其後欲換購兩瓶售價21元的飲品，並準備以6元現金補回差價，店員卻指必須由電子賬戶中的電子貨幣扣除，由於張小姐的電子卡沒有足夠餘額，她便只好增值，惟H公司規定每次增值必須以100元為單位，令她深感電子卡機制欠妥善，因為若顧客一經選擇使用電子卡，便只能不斷增值，或是放棄該卡的餘額，未能用盡電子幣值。她亦不滿店員在推銷電子券時沒有解釋清楚，因而向消委會投訴。H公司回覆稱已在電子儲值卡申請表格列明條款，每項消費只接受一種付款方式，而消委會則建議商戶可就補回差價的細則再作檢討及改善，讓消費者更清晰了解。此外，一般電子卡只儲存卡主有限的個人資料，部分甚至「認人不認人」，一旦遺失，則難以追蹤及獲補發餘額。

提防條款逐啲改

大部分現金禮券都列出「如有任何爭議，商戶保留最終決定權」等類似的條款，個別更列明商戶有權更改現金禮券的使用條款而毋須另行通知。因此縱使消費者有多次使用某商戶現金禮券的經驗，每次購買新的現金禮券時亦應注意使用條款上是否已有更改，並衡量預繳式消費的優惠及風險。

根據經修訂的《商品說明條例》，如商號故意隱藏或遺漏重要資料，或以不明確(含糊)方

式提供重要資料，因而導致消費者作出交易決定，商戶有機會涉及誤導性遺漏。預繳式禮券及套票上的條款明顯是會影響消費者作出交易決定的重要資料。商戶需在消費者預繳前，提供完整、清晰及正確的資料。如懷疑商號違反《商品說明條例》，可聯絡消委會或香港海關。

消委會倡立法設售後冷靜期

商戶一旦倒閉，消費者即使已預繳，亦不如銀行等有抵押品的債權人，在賠償優次中排在較後位置。環顧內地及海外均有針對預繳式消費設立冷靜期，以保障消費者的措施。例如內地在2014年初生效的《中華人民共和國消費者權益保護法》，消費者如透過網絡、電視、電話、郵購等方式購買商品，可毋須說明理由，在7日內退貨。消委會曾提出在特定交易模式外或指定行業，例如健身、美容及時光共享等，推行強制性冷靜期，讓消費者可在指定期限內無條件取消涉及這些行業的預繳式合約，提升消費者的保障。2019年政府就引入強制性冷靜期諮詢公眾，惟其後因疫情等原因，至今仍未有定案。