

## 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。



# 購物積分 推廣細則惹不滿

為吸引顧客長期光顧，不少商戶推出購物積分回饋計劃，讓顧客於購物時賺取積分，然後以積分換取指定禮品，或在下次購物消費時充當現金使用。然而，部分商戶的積分兌換禮品計劃，手續模糊不清，或隨意更改送贈政策，又或在回贈現金的使用上，安排混亂，令消費者無所適從。回饋計劃最後適得其反，不能提升顧客對公司的忠誠之餘，反而令消費者怨聲載道。

## 個案1 推廣優惠條款不清

陳先生參加了A連鎖店的購物消費回饋計劃，以賺取積分錢，該店在今年1月有推廣優惠，如顧客於購物後多扣除\$0.1積分錢，可獲多發一個禮品換領印花。在推廣期間，陳先生於A公司花了\$120.3購物，付帳時同意多扣除\$0.1積分錢，以換取多一個禮品換領印花。但結帳後，陳先生發現被扣取積分錢\$120.4，即時拒絕全數以

積分錢付款，要求以現金繳付貨款，但被店員拒絕。陳先生認為A公司的推廣資料不清晰，店員亦沒有盡責提醒消費者相關的規定，其後更發現A公司的其他分店，並不限定顧客必須以積分錢全數付款，才可獲多發一個禮品換領印花，他於是聯絡本會，要求以現金換回被多扣取的積分錢。

本會聯絡A公司後，A公司接納陳先生的要求，收取現金貨款，另扣除\$0.1的積分錢換取多一個禮品換領印花。

## 個案2 額外積分逾時發放

李先生去年2月初在B連鎖電器影音公司的店舖內看到宣傳資料，於該門市店購物，可獲三倍購物積分，他便在該店消費共\$8,848。其後李先生查閱他的購物積分帳戶，發覺只獲B公司發給平常的一倍積分；李先生致電B公司查詢，獲悉其餘積分要在購物六個星期後才發放。六星期後，李先生再查閱積分帳戶，依然未見有

額外購物積分，再致電B公司查詢，獲告知還要等多六個星期才能發放相關購物積分。李先生於六星期後查閱積分帳戶，發現仍未存入額外購物積分。如是者，李先生多次查詢，B公司多次拖延，直到5月初李先生還未獲發額外積分，感到十分不滿，於是聯絡本會要求B公司解釋及道歉。

本會聯絡B公司，指出B公司理應最遲在4月中發放相關購物積分，現涉嫌違反宣傳單張中的承諾。B公司解釋由於優惠期延長，以致發放額外購物積分亦相應延遲。B公司回覆本會時表示，已安排於5月9日將額外積分存入李先生的帳戶，並已向李先生口頭道歉，惟拒絕再以書面表達歉意。

按該公司的宣傳單張聲稱，額外的積分將於付款或送貨後10星期內，撥入消費者的帳戶內，而非如公司答覆所稱「根據現時倍數積分回贈政策，所有積分回贈需於推廣期完結後十星期才會加分……」，明顯地，該公司已違反其所作的承諾。

### 個案3 換購禮品附帶條件

去年4月，張先生於C公司網頁看到會員可以400購物積分換購一套餐飲券，於是登記以800購物積分換購兩套餐飲券。張先生之後收到C公司的換領信，但信中註明每套餐飲券，除了要扣除400購物積分外，還要另外支付現金\$340換領。張先生記得當日在網上登記換領餐飲套票，確認資料時，屏幕清楚顯示所需現金為\$0，他不明白所以，於是致電查詢，獲回覆謂，換領細則列明餐飲套票以400購物積分加現金\$340換領。張先生認為C公司的宣傳資料不清晰，誤導消費者，要求取消交易但為C公司拒絕，反指張先生沒看清楚換領細則。張先生與C公司交涉無果，於是求助本會。

本會聯絡C公司，C公司回覆稱，優惠

詳情已列出餐飲套票需要以積分及現金換領，但發覺若干消費者有所誤會，同意相關資料或有不足之處，願意從善如流，更改相關宣傳資料，詳述換購的方法，以避免再有客戶誤會。張先生亦獲C公司同意取消交易，退回所扣積分。

### 個案4 積分卡有保安漏洞

黃先生是D公司購物回饋計劃的會員，獲D公司發出會員卡，以儲存購物時賺取的積分，會員在購物時只需出示會員卡，便可使用帳戶內的積分換取貨品或現金券。黃先生稱，他的會員帳戶已累積價值千多元的積分。偶然下他發現所持的會員卡被掉換，而他帳戶中的積分更被他人使用，令他損失了千多元的購物額。黃先生相信是在他購物付款時，收銀員錯誤地將他的會員卡與別人的掉換了，於是與D公司交涉，要求根據他以往的購物紀錄，補償他所損失的積分。但D公司拒絕其要求，並指客戶有責任在交易後確認領回自己的會員卡。

黃先生認為D公司的購物回饋計劃保安不足，會員卡上沒有相片、名字、或簽名等可資識別的地方，加上體積細小容易被掉換，而會員卡的使用更沒有驗證制度，積分容易給別人誤用或盜用。黃先生表示D公司的購物回饋計劃會員眾多，保安系統如此不濟可能影響廣大消費者利益，於是來信要求本會跟進。

本會聯絡D公司，就黃先生的投訴要求跟進。D公司回覆稱，不能肯定黃先生的會員卡是否於收銀櫃台前被錯誤掉換，難以應黃先生要求補償所欠積分，但會將黃先生對積分卡的意見，納入將來發展或更新購物回饋計劃的系統中。

### 結論

消費者透過商戶的購物回饋計劃所

賺取的積分錢，使用上多有限制，消費者必須清楚每項推廣優惠條款。以下列出常見問題，供讀者參考：

1. 消費者應理性消費，不要為積累積分換禮品而購買過量或不切需要的物品。
2. 購物回饋計劃的積分錢通常設有使用期限，逾期作廢。
3. 使用購物積分換領禮品，條件細則可能因應不同推廣計劃而有所改變，消費者使用前，應細閱相關換領細則。
4. 商戶可供換領的禮品供應有限，消費者如旨在換領該等貨品，消費前宜確定存貨是否充足。
5. 某些購物積分錢，未必可直接於收銀台使用，會員需預辦手續，例如自行從特設機器列印相關購物券，或於網上登記，等待商戶寄送換購券才可使用。
6. 賺取額外積分錢，可能需要額外手續，如需預先登記，或購物滿特定款額等，而額外積分錢亦可能需要較長時間入帳。
7. 一些購物計劃積分可轉換其他回饋計劃的積分如飛行里數等，惟消費者必須留意兌換比率是否可接受，及轉換後積分的使用限制。
8. 消費者必須妥善保管購物回饋計劃的會員卡，避免被盜或錯誤掉換。

