

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。

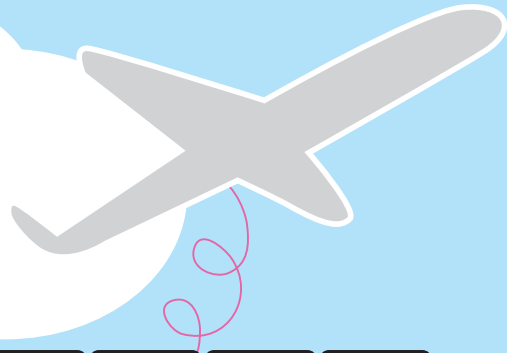
《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

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。

旅遊及消費時，有沒有「順便」賺取飛行里數的習慣？近年，賺取飛行里數的渠道不再局限於購買機票，不少信用卡相繼推出以簽帳額兌換飛行里數的獎勵計劃，讓客戶一邊消費一邊賺取里數，無疑大大擴展這種優惠的應用範圍。本會於2013年及2014年分別接獲42宗及26宗有關飛行里數的投訴，主要涉及兌換里數的問題。



兌換飛行里數的常見問題

機位配額？

個案一：提前1年訂票只有候補機位

楊先生欲以飛行里數兌換3張於2015年2月14日至22日來往札幌的機票，他早於2014年2月27日早上便致電A飛行里數公司訂票，豈料接通熱線後，職員已即時答覆當時只有候補機位。楊先生覺得匪夷所思，於是透過航空公司的網上訂票系統嘗試購買同一航班的機票，結果完全沒有問題，他質疑航空公司限制可供兌換的機位。

楊先生分別致電A公司及航空公司的熱線投訴，兩方的熱線電話總要等上一個多小時才能接通，然而，職員也一致回應暫未有可供兌換的機位。楊先生不接受公司的解釋，認為此種做法對使用飛行里數的客戶不公平，即使客戶擁有足夠里數兌換免費機票，但可供兌換的機位數量欠缺透明度，客戶可能要白費時間等候，於是向本會投訴。

跟進

本會分別聯絡A公司及航空公司，航空公司指出供以飛行里數兌換的機位數量會受不同因素影響，例如預計乘客量、航班航線及旺/淡季時間等等，因此，各航班會因應各項因素獲配不同限額的可供兌換機位，航空公司對機位分配亦擁有最終決定權。航空公司亦告知本會A公司職員已直接聯絡楊先生，並向他解釋因所選時段

正值農曆新年假期，其心儀航班的可供兌換機位配額已滿，但可為他安排兌換另一航線的機位，此安排亦已獲楊先生接納。

個案二：兌換的機票未出發已過期

蔡先生於2013年4月以B公司的飛行里數兌換一套由香港往台北的來回機票，於同年10月11日出發，航空公司當時已發出電子機票確認。及至9月，蔡先生突然接獲B公司的電話，職員告知他的機票有效期已於6月屆滿，他需要附加120美元才能使用該機票。蔡先生大惑不解，因為訂機票的時候，完全沒有察覺到有關機票有效期的細則，職員亦從未提及，他質疑B公司為何明知出發日期已超出使用限期，仍然安排出票。蔡先生多次向B公司投訴，都未獲跟進，迫於無奈最終取消往台北的行程。蔡先生於12月向本會投訴，除了認為於機票問題上有不合理的地方，亦對B公司多番拖延處理相當不滿，要求B公司讓他使用所訂機票。

跟進

蔡先生向本會投訴後，接獲B公司的來電，職員再三向他解釋資料顯示該機票有效期已於6月屆滿，並指附加120美元讓他繼續使用機票已經是酌情安排，但

他認為公司的理據不充分，堅持拒絕接受有關方案。本會向B公司發出信件，約一個月後接獲蔡先生的電郵，得悉公司已與他達成共識，同意於不需繳付額外費用的情況下讓他使用該機票。

個案三：以里數兌換禮品的花費比一般購買價高

方小姐因短期內不計劃外遊，亦知悉其76,000飛行里數即將到期，所以登入C公司網站欲以累積的里數換取其他禮品。方小姐屬意換取的行李袋需要100,000飛行里數才可免費換領，因此，她選擇使用現有里數再加840元換領，交易亦順利完成。不過，兩小時後當方小姐接獲確認電郵時，才知悉那840元是以美元計算。方小姐即時向A公司提出終止訂購，但經過兩星期斡旋，公司仍堅持不作退款。

機票有效期？

售價
HK\$5,XXX

換領

76000
+ US\$840
(HK\$6,XXX)

交易貨幣單位

方小姐翻查資料，得悉該款行李唛的售價不過是港幣五千多元。以她所持有的里數計，可兌換兩張來回東南亞的機票，現在她要扣除里數之餘，還要額外付出港幣六千多元換購行李唛，於是向本會投訴C公司的做法不合理。

跟進

本會接獲方小姐個案後，向C公司瞭解，公司回覆指網站已列出相關兌換條款細則，里數積分一經扣除，在任何情況下均不獲退回。公司亦指出網上兌換是以自助形式操作，貨幣單位顯示清晰，會員一旦確認服務，即代表已接受有關兌換條款，所以不會安排退款。本會向方小姐轉達有關回應後，未再接獲她要求進一步跟進。

個案四：以信用卡積分兌換里數要收手續費

歐先生早前利用D銀行信用卡積分兌換10,000飛行里數，由於網上交易過程沒有特別提示，他直至接獲月結單，才發現兌換里數需要支付\$300手續費。歐先生即時向銀行投訴，並表示自己是在不知情的情況下被收取手續費，不過，銀行職員指網頁上已列明有關兌換飛行里數的條款，客戶應先看清楚才交易，因此拒絕退款。歐先生覺得手續費是相當重要的資料，銀行有責任於兌換里數過程中再作出提示，而不是將條款寫於網頁的其他位置，要求本會介入調停。

跟進

本會致函D銀行要求跟進個案，銀行的回應指其職員已直接聯絡歐先生，向他解釋，亦就是次個案作出特別豁免，事件得以和解。

總結

消費者使用飛行里數時遇上問題，一般會先聯絡飛行里數的營辦公司，可是，有關營辦公司的熱線服務效率常被詬病，不少向本會投訴的消費者亦有提及營辦公司的熱線服務等候時間過長，往往未能適時提供協助。因此，消費者準備使用飛行里數前，較理想的做法是事先瞭解兌換程序並預留充足時間，要有心理準備需花時間與營辦公司跟進。

另一方面，消費者亦要明白使用飛行里數須受營辦公司的條款約束，可能牽涉不少使用限制及附加條件，例如航班的機位配額、里數有效期、手續費及交易貨幣單位等等。消費者應習慣定期查閱帳戶內的里數額及有效期，及早擬定兌換方案，以免因為里數到期而要倉促下決定。如需要前往熱門地點或於旅遊旺季出發，消費者更應及早查詢可供兌換的航班及機位數量，避免因換領不成功而失預算。

本會希望藉着上述個案分享，提醒消費者儘管現時賺取飛行里數的渠道比過往多，於使用上卻有一定限制，因此，消費者不宜抱着理所當然的心態，以為只要里數達標就一定能免費兌換心儀服務或產品，消費者或要花上不少工夫瞭解條款細則。對於不少消費者來說，飛行里數的「着數」之處莫過於消費之餘又可獲得兌換免費服務或產品的機會，里數若然用得其所，實不失為一舉兩得的做法。然而，消費者不宜視換取心儀免費品為其消費目標，應衡量自身實際需要，避免因消費過度而加重經濟負擔。



手續費?