



預繳式消費 滲透各行各業

長久以來，本會不斷提醒消費者預繳式消費的利弊，一般的預繳式消費包括金會、美容院、健身會籍、餅卡等。但隨着營商模式的不斷演變，新的預繳式消費計劃湧現市場，看看下列的個案，想想你會怎麼做？

餐飲會籍計劃限制多 個案1

陳女士接到娛樂及飲食服務推廣公司職員王小姐來電推銷其公司的會籍，每年會費\$1,500，並鼓其如簧之舌推銷優惠，例如贈送酒店住宿優惠折扣及高級食肆的自助餐買一送一優惠券10張、某大酒店名貴晚餐及亞洲美食自助午餐免費贈券各1張、旅行社現金代用券價值\$1,500等等，還有多項娛樂及飲食優惠，而優惠眾多，未能一一在電話中說明。陳女士計算一下所述的優惠，認為可取回會籍成本，便欣然應允入會。王小姐替陳女士在電話上登記，又着其提供信用卡號碼，以便直接過數，並承諾在10日後寄上單據、會籍卡、優惠券及屬下會員商店的優惠資料。

過了兩個星期，陳女士收到公司的信件，細看內容後發覺似乎與王小姐所述大有出入。首先是那10張自助餐優惠券的確容許會員攜帶另一位客人進餐，而只須付出一人的價錢（買一送一），但有不少使用上的限制，例如，10張餐券是屬於10間不同的食肆和酒店，並非適用於所有該公司屬下的食肆或酒店。其次，餐券只能在星期一至四使用，其他日期及公眾假期概不適用。陳女士再細閱免費晚餐及自助午餐贈券的條款，發現只適用於「買一送一」的字樣，並不是無條件免費的。最後，那張價值\$1,500的旅行現金代用券更令陳女士啼笑皆非，原來代用券註明需要不少於10位客人（包括使用者）一起參加旅行團方可使用。

個案啟示

表面上，陳女士得到一切由該公司承諾的贈品，可是沒有想到贈品有這麼多使用限制，亦沒有考慮能否在一年內享用所有餐券及抽空旅遊。倘若她事先要求公司提供多一點資料或要求傳真贈券的使用條款，方才決定是否入會，便可以減少煩惱。

當然，消費者亦可以指斥該公司在銷售時未有說明或隱瞞贈品的使用權是有限制的，以致影響他們購買會籍的決定。但是倘若進行訴訟，可能涉及繁複的法律訴訟程序，並且可能難以舉證，故此，消費者遇到同類的銷售方式時，要三思而後行。在決定是否購買此類會籍時，最重要的考慮因素是，是否有實際的需要，倘若不是經常出外用膳，又或不是經常吃自助餐，就算價錢再便宜，贈品再豐富，自然也不為所動。

免費物理治療泡湯 個案2

龍先生在商場看見醫療服務公司推銷優惠會員驗身計劃，加入成為會員，除可得到基本的身體檢查和診症優惠外，還可通過其公司的「特約醫生」的專業轉介，讓有需要的會員免費得到物理治療一次。龍先生交付會籍及檢驗費用共\$400，並預約到診所檢查身體。

檢查後，該公司的醫生約晤龍先生討論他的驗身報告，告知他經檢查後，發覺他十分健康，亦驗不出任何潛伏的病患。當龍先生進一步查詢免費物理治療的情況時，醫生答稱鑒於他身體狀況良好，不用轉介接受物理治療，假若他個人認為有此需要，須自行支付費用。龍先生深感不滿，指稱該公司藉詞不提供此項免費服務。

個案啟示

龍先生入會時只想着享用免費物理治療服務，忽略了該項「贈品」是有預設條件限制的——必須遵照公司指定的特約醫生轉介才可享用，而非無條件送贈或會籍計劃內的指定服務。消費者不單要明白合約包括的項目，更要明白所提供的服務是否有預設的限制或條件，更不要「想當然」地自行認定服務範圍。

美容纖體服務享用不及 個案3

陳小姐獲得某美容院發出的臉部護理贈券，於是按圖索驥前往美容院享用券上列明的服務。做完臉部護理後，職員向她推銷一系列的護膚服務，每次收費\$200，如購入折扣計劃則可在兩年內享受高達100次的服務而價錢只是\$15,000。陳小姐對美容師的服務頗為滿意，故此以信用卡購入該項服務。

一星期後，陳小姐再光顧該美容院，職員又向她推介按摩服務計劃，並讓她免費試用一次。試用後，陳小姐查詢得知收費為\$150一節，她覺得按摩師的「手勢」不錯，又與美容院議價購入1年內使用50節的計劃，全套價值\$5,000。

有一次，職員又表示纖體計劃可替她帶來更健美的身段，游說她參加免費的健身課程。陳小姐在「試班」後覺得健身班的導師及營養專家的指導不錯，查詢得悉整個課程收費\$15,000，為期6個月，共40節，而每一節的獨立收費是\$500。陳小姐又欣然「碌卡」過數。

陳小姐回家後才想起在未來5至6個月內，每星期要光顧美容院3至4次，才可在限期內享用所有服務。但她私務繁重，又要不定時上班，哪來這多時間？遂要求美容院取消部分合約，但美容院表示此乃陳小姐在自願的情形下與該公司所簽的合約，故婉拒取消合約或退款。

個案啟示

縱使美容院的美容及纖體服務價廉物美，也應該考慮個人的實際需要、時間分配及提供服務日期的限制等。美容院的服務素質就算能經常保持水準，但消費者預繳大筆金額與服務提供者簽訂長期的服務合約，倘若服務提供者不再經營甚或倒閉，損失的是自己。同時，倘若消費者在購買大量套票後，而又沒有時間使用的話，要求美容院退還未用的部分，會有很大的困難，消費者宜切記。

髮型屋推出優惠證 個案4

陸小姐是一間髮型屋的老主顧，她與其中一位髮型師稔熟，年前購入由髮型屋發出的MP優惠證，價值\$250，持證人光顧剪髮時，憑證免費享有洗頭及恤髮服務共14次。陸小姐享用5次後，發覺相熟髮型師已離職，要求退回餘下9次的現金價值，但被拒絕，因為MP證上無註明可指定髮型師，而髮型師的離職亦不會影響陸小姐的MP證的享用權。陸小姐只好繼續光顧。不旋踵，髮型屋也在兩個月後關門，閘門掛出出租字樣，沒有留下任何通訊資料，陸小姐恐怕MP證已一錢不值。

個案啟示

又是一個預繳式消費的後遺症。預繳式消費往後提供的服務並無保證，如提供的服務素質大降，消費者要追究亦要花上大量時間，不幸關門大吉，要追討更是難上加難。此外，如合約上沒有註明由特定髮型師提供服務，消費者更不可以某髮型師不再提供服務而要求取消合約。

2002-2004年預繳式消費投訴

	2002年		2003年		2004年1月-8月	
	宗數	金額	宗數	金額	宗數	金額
健身會	159	\$239,174	195	\$601,329	181	\$737,751
美容院	542	\$7,302,861	501	\$4,567,080	322	\$3,329,075
訂閱雜誌	128	\$67,628	132	\$72,948	88	\$68,521
海外分用渡假屋計劃	624	\$21,063,682	263	\$5,438,281	186	\$5,171,717
影視會	6	\$20,203	18	\$2,759	10	\$83,495
酒店／餐飲會籍	—	—	118	\$140,657	121	\$147,845
減肥計劃	—	—	—	—	33	\$427,452
食品／飲品等	24	\$6,211	26	\$3,593	34	\$8,193
總計	1,483	\$28,699,759	1,253	\$10,826,647	975	\$9,974,049

結語

從個案所見，預繳式消費擴展至一些過往不曾採用此收費模式的服務及貨品。在商言商，經營者收取預繳現金，轉化為營運資金作發展之用，是可以理解的。現時，法例並沒有監管預繳式消費的運作，每當經營者倒閉，消費者難免蒙受損失，追討並不容易。消費者若貪圖小小的折扣而預繳一大筆費用，須承擔一定的風險。故此，消費者採用預繳方式消費時，除考慮貨品和服務素質外，也要權衡個人財務上的安排和公司是否穩健可靠，最重要的還是衡量是否有實際需要。