

送禮旺季 禮券使用「5不1可1必要」

案例一：

李太太購買某量販店發行的禮券10萬元，僅使用3萬元後，該量販店便無預警歇業，李太太對於剩餘的禮券有無相關權益可主張？

案例二：

陳小姐於某百貨公司週年慶前半年購買禮券1萬元，週年慶期間要使用時，卻發現禮券背面註明「有效期限一個月，逾期無效」，陳小姐是否可以繼續使用該禮券？

案例三：

林先生購買某連鎖咖啡店禮券1千元，到外縣市出差拿著禮券至該連鎖咖啡店消費時，店員卻說只能在直營店使用，林先生只能乖乖用現金購買嗎？

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

☆☆☆

近年來，預付型消費的糾紛層出不窮，關於商品（服務）禮券，經濟部在2006年10月19日公告「零售業等商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項」（下稱本事項），並於2007年4月1日施行，本（2013）年度1月14日修正公告，同年7月1日生效。

所謂商品（服務）禮券，上揭公告規定，係指由發行人發行，記載或圈存一定金額、項目或次數之憑證、晶片卡或其他類似性質之證券，而由持有人以提示、交付或其他方法，向發行人或其指定之人請求交付或提供等同於上開證券所載金額之商品或服務。而上述之晶片卡不包括電子票證發行管理條例所稱的電子票證，例如悠遊卡、icash卡等。另外無償取得的抵用券、折扣（價）券，也不適用本事項。本事項適用的行業別包含：零售業、洗衣業、視聽歌唱業、一般浴室業、三溫暖業、理髮美髮業、K書中心、室內兒童遊樂園業等行業。各行各業所發行的商品（服務）禮券，不論其尺寸、顏色、材質（紙券型、卡片型與晶片型等）如何，只要符合禮券定義者，皆有本事項規定適用，對使用禮券消費的民眾來說，可謂一大保障。

消基會感於年關將近，許多公司行號年節送禮都會購買大量的禮券，因此於2013年12月間至台北市、新北市的量販店、超市及百貨公司購買不記名現金禮券與商品禮券，共計購得10項樣品，並以本事項規定應記載與不得記載事項檢視，也提醒消費者購買禮券時，需特別注意以下各點：

禮券發行人應建立履約保證責任機制

往年常見有消費者因一時興起，趁有優惠而購買大量禮券，但禮券發行人卻因資金周轉不善，無預警倒閉或歇業，無法提供消費者等值服務，而造成消費者求償無門

的案例。本事項特別規定商品（服務）禮券發行人，應就其所發行的商品（服務）禮券內容表彰的金額，建立履約保證責任機制。

履約保證的方式有以下 5 種，禮券發行人必須就下列 5 種方式擇一而行：

一、金融機構出具履約保證文件。

二、同業連帶互保。

三、金融機構信託專戶。

四、同業禮券聯合連帶保證協定。

五、其他經經濟部許可，並經行政院消費者保護處同意之履約保證方式。

案例一的李太太只要所購買的禮券有履約保證機制，即可依據禮券面載履約方式請求金融機構退錢或至其他業者購買商品（服務）。提醒消費者，消費者應注意履約保證期限及內容等文字；同時呼籲「銀行」與「業者」應公開履約保證之內容與期限，亦應以顯著方式公布於網站或營業場所。本次購買的 10 項樣品皆符合本事項規定。

毀損或變形的禮券若尚能辨識可申請補發

一般市面上常見的禮券，性質多屬「民法」所規定的無記名證券，而無記名證券關於毀損部分，係「民法」第 724 條規定：「無記名證券因毀損或變形不適用於流通，而其重要內容及識別符號仍可辨識者，持有人得請求發行人，換給新無記名證券。」

本事項依據「民法」即規定商品（服務）禮券如因毀損或變形，而其重要內容（含主、副券）仍可辨認者，得請求交付商品（服務）或補發，換言之，如果禮券雖有破損，但大部分字跡均清楚可見，該禮券仍可繼續使用；若禮券破損且字跡也模糊不清，但是禮券的編碼等重要內容仍可辨識者，仍可依持原禮券向禮券發行人申請換發。

另記名式商品（服務）禮券如發生遺失、被竊或滅失等情事，也得依據申請補發。只是若無記名式商品（服務）禮券遺失，就無法再申請補發了，消費者必須特別注意！

無記名與記名式禮券補發費用均為紙券每次不得超過新台幣（以下同）50 元，磁條卡或晶片卡每張不得超過 100 元。

本次購得的 10 項樣品，有 1 樣樣品（全家商品禮券）於禮券上標示不補發亦不掛失，但網站上則寫出如毀損但仍可辨識條碼或面額，可辦理換券；有 2 樣樣品（新光三越百貨商品禮券、誠品禮券）標示毀損無效，但致電詢問時，均表示只要仍可辨識，可繼續使用或換發代用券；其餘樣品皆於禮券或網站上標示，只要還能辨識

就可以使用，或依照相關法令規定處理。建議全家商品禮券、新光三越百貨商品禮券、誠品禮券三家公司還應以白紙黑字確保消費者權益為宜。

禮券發行人不得記載使用期限

依本事項不得記載事項第 1 點規定：「不得記載使用期限」。所以縱使禮券上有註明期限，並印有「逾期無效」字樣，並不影響消費者使用權益，案例二中陳小姐仍可持禮券在該百貨公司消費，不受禮券上期限的限制，百貨公司不得拒絕陳小姐使用。

但須留意的是發行人無償發行的抵用券或折扣券、折價券，並不屬於本事項所稱的商品（服務）禮券。因此，本事項對該抵用券或折扣券、折價券即無適用餘地。例如百貨公司或商場以「買千送百」的方式，所贈送給消費者的折價優惠券，因消費者並未支付任何禮券的對價，所以禮券發行人不但可以不建立履約保證機制，亦可記載使用期限。再次提醒消費者收到這類型禮券時，務必於有效期限內儘快使用。本次購買的 10 項樣品皆符合本事項規定。

禮券發行人「不得記載未使用完之禮券餘額不得消費」

本事項不得記載事項第 2 點規定：「不得記載未使用完之禮券餘額不得消費」。本點規定的目的，並非在於要求禮券發行人必須找給禮券持有人現金，而使禮券持有人以低額消費換取現金。

消費者一次未完全消費的禮券雖不得要求業者退還現金，但如果業者有發行等值的禮券，消費者自得請求業者將「未使用完之禮券餘額」以等值禮券代替現金退還，或將餘額圈存於晶片卡內等方式來解決。本次購買的 10 項樣品皆符合本事項規定。

禮券發行人不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制，依本事項不得記載事項第 4 點規定：「不得記載有限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。」

以案例三而言，林先生向咖啡連鎖店購買禮券的目的，無非是希望可以於該咖啡連鎖店的任一分店使用禮券消費，除非禮券上有記載「本禮券只能於直營店使用」的字體特別明顯且加註使用地點，並於銷售時清楚告知，否則林先生仍得向該咖啡連鎖店主張禮券上關於「本禮券只能於直營店使用」的不合理限制使用地點無效，而請求該咖啡連鎖店任一分店依禮券的內容給付商品。

另外像是於禮券上記載「使用前必須先行訂位」、「限週一到週五午餐時段使用」、「兌換期限到年底前」、「國定假日不得使用」等類似不合理限制的用語，消費者均可主張所有限制條款無效。

此外，部分禮券會印上虛線或「截角無效」等字樣，但有時僅因消費者保管上不小心，而產生汙損或破損的情形，若在仍可辨識的情況下，業者不應任意解釋為即屬「截角作廢」或「截角無效」，而排除消費者使用。

本次購買的10項樣品中，有1件（7-ELEVEN賞花禮券）樣品雖無標示截角無效，但仍有截角虛線，致電後表示，若不小心撕毀截角，只要條碼仍可辨識，仍可使用或連絡總公司換發新券。

結語

其實禮券是消費者用現金向業者購買，出示禮券就等同於出示現金一樣，對於業者來說，等於是未銷售商品前就先預收款項，更不應對消費者刁難，以免失公允。而消費者在購買任何商品（服務）禮券前，應先充分瞭解商品或提供服務的特性，同時應視需要來購買適量的額度，購買禮券後儘量於短期內使用，並於使用完畢前保存購買憑證。不幸發生糾紛時，應即時經由申訴管道進行申訴，以確保自身的消費權益。

而有許多消費者，不知本事項規定，遇到相關問題多半自認倒楣，不會主張自身權益。反而許多業者明知規定卻故意不註記，顯然不注重消費者權益！消基會呼籲，業者應該尊重消費者知的權利，主動將應記載事項標明告知，讓消費者合理且正常使用禮券，才能達到消費正義與公平。