

105 年 7 月份消費者保護宣導

消保處協調四大超商 寄杯咖啡沒有領取期限

資料來源：行政院消費者保護處

豔陽高照，來杯冰咖啡，消暑又提神。因此超商不定期推出第二杯咖啡享折扣等優惠活動，並提供寄杯等配套服務，吸引消費者，但是如果寄杯因為超商限制領取期限，甚至逾期領取時，即拒絕兌換，消費者的小確幸就



變成大傷感了。行政院消保處為保障消費者權益，避免消費者的寄杯咖啡悄悄消失，特邀集四大超商、主管機關經濟部及學者專家等召開研商會議，獲致結論如下：

一、企業經營者以第二杯享折扣的方式促銷咖啡以及提供寄杯服務，具有增加來客率與降低進貨成本等營業利基，不應以僅屬於企業經營者片面提供消費者優惠服務的觀點看待，所以企業經營者辦理咖啡促銷活動，應以平等互惠的理念處理寄杯的消費者保護事宜。

二、消費者預付費用後寄杯，企業經營者限制消費者領取期限，並於逾期後不提供兌換，違反平等互惠原則，對消費者顯失公平。有關日前報載全家便利商店限制消費者寄杯須在一周內兌換一節，經該公司表示加蓋期限章的用意，只在於善意提醒消費者儘早使用，為避免爭議，該公司表示將

協調取消期限章戳。四大超商也都說明，不會限制消費者咖啡寄杯的領取期限。

三、企業經營者如果以發行禮券的方式促銷咖啡時，應遵守禮券相關規範，除了應提供履約擔保外，若有優惠方案使用方式(例如優惠期間和優惠差價等)，應符合公平合理的原則並充分揭露消費資訊，使消費者在交易的時候，能作正確的判斷與選擇。

四、其他咖啡連鎖店，若有類似咖啡促銷活動，應依上述結論所揭示的原理原則辦理。

此外，行政院消保處提醒，寄杯咖啡多以發票作為憑證，而列印發票的小白單會有日久褪色的情形，消費者應儘早兌換，避免發生日後不易辨識的問題。



臺中市政府財政局政風室關心您