

信用卡赠送的积分既可以兑换各种商品、还可以积累飞行里程、甚至可以当作现金消费……然而,办卡时天花乱坠的许诺,等到兑现时常常令消费者“大失所望”。

岁末年初,记者在调查中发现,信用卡积分兑换俨然已成为各家银行主打的“酬宾产品”。然而,“听起来很美”的信用卡积分兑换,实际却暗藏诸多猫腻。业内专家提醒消费者,切不要被那些口头承诺所迷惑,而是要仔细研究信用卡协议条款,一旦权益受到侵害时,应及时拿起法律武器进行捍卫。

猫腻一:断章取义混淆重点 以高额积分作诱饵误导消费者

开卡最高可获赠3168个积分,推荐别人办卡还可额外获得800个积分——这是招商银行标准信用卡推出的开卡优惠。据了解,招商银行每消费20元积1分,3000多积分需要消费60000多元才能攒到,听起来似乎是很划算的事情。

然而,您可千万别高兴得太早,当记者致电招商银行客服时,得到的回答是,开卡送积分是有前提条件的,即必须在规定时间内刷够8笔、且每笔消费满88元方可得到这额外赠送的积分。

“拿到这积分可真费劲啊,我怎么知道自己在规定的时间内能不能刷到8笔且每笔满88元,这就是商家的促销手段,无非是希望消费者多刷卡、多消费。”在深圳从事金融工作的刘兆先生说。

在广州市天河区正佳广场附近的一处招商银行信用卡办卡点,业务员正卖力地向过往的消费者推荐办卡送积分的优惠,同时还有公仔、水杯、饭盒等小礼品赠送,引得不少过往行人驻足。但记者注意到,人们似乎只对赠送积分和小礼品感兴趣,现场竟然没有一个人提出要看产品说明、了解信用卡的情况,而招行的业务员也没有主动提及实现积分赠送所附带的条件。

对此,广州大学公共管理学院赵中源教授说,现在很多银行的业务员在办卡送积分方面相当“慷慨”,但这种“慷慨”其实是隐藏在刻意的“断章取义”之后,其目的就是吸引消费者办卡,一旦开卡程序完成后,消费者就是恍然大悟但也为时已晚。

猫腻二:积分兑换只是“浮云” 现实落差让消费者“很憋屈”

家住深圳市福田区的陈女士持有建设银行的芭比信用卡,临近新年,她原打算用积分为女儿兑换一套芭比主题的床上用品,然而,这个6件套的芭比主题床上用品居然需要349000分,陈女士再看看别的可兑换的商品:一个迪斯尼书包需要120000分,即使是

兑换产品中“最便宜”的一款自动伞也需要23000积分。

记者了解到,建设银行的积分算法是消费1元累计1分。“这套芭比主题的床上用品在商场里买,也不过几百块吧,但居然要刷卡消费30多万元才能换得到,真有点让人哭笑不得。”陈女士说。

对此,持有三家不同银行信用卡的广州市民黄小姐说,各家银行的兑换品种琳琅满目,但真正能兑换的商品实在是少之又少,尽管各家银行的积分计算方式并不相同,但整体来看都缺乏诚意。因为从现在的情况看来,没有年10万元左右的消费额度几乎不可能兑换到商品。也就是说,积分兑换对于大部分年消费额在10万元以下的消费者来说,的的确确只是“浮云”。

除此之外,记者在调查中还发现,多家银行都调整了信用卡积分兑换商品的比例,这意味着消费者兑换同样一件商品需要花费更多的积分,但这种情况并不适用于持有金卡或白金卡的大客户。对此,某商业银行一位不愿透露姓名的人士说,随着渠道以及运营费用的不断提升,银行为确保信用卡业务的利润而采取了这类手段。

“想提高收益,不从改进服务水平上下功夫,却老打消费者的主意。消费者一年到头刷卡为银行绩效作出了巨大贡献,可一旦忘记还款,哪怕是一天的滞纳金加上罚息都比得上积分送的那点‘奖品’了。”广州市民黄小姐说。

猫腻三:兑换限制多 陷阱多 公众期待消费知情权

兑换商品不靠谱,有所谓的“积分达人”就为消费者支了新招:拿积分换航空里程。据了解,现在不少银行都推出了与航空公司合作的联名信用卡,使用信用卡消费的同时也积累了航空公司的里程。

如建设银行、工商银行、广发银行等银行都推出了类似的航空联名卡。积累30000到50000不等的积分便可兑换不同航空公司的里程,看似十分超值。

比如建设银行的航空联名信用卡规定,每消费1元积1分,在该行网站的信用卡积分兑换专区可以看到,36000分可以兑换到2000公里的海航里程,40000分能兑换国航和南航等2000公里的里程;而招商银行的信用卡可通过1500到1800分换得2000公里的航空里程,该行信用卡消费20元积1分,即消费30000元到36000元可得到这些积分。

然而,很多消费者却反映,里程兑换的限制和陷阱很多,因为基本不可能兑换到心仪的航班。“本想用一年攒下来的积分换个回家的机票,但到年底了,一些热门航线用积分根本无法兑换,我总不会为了积分找个生僻航线坐飞机玩儿吧。”深圳市民周先生

说。

顾客永远没有商家精明,消费者在与银行打交道的过程中,似乎长期都在扮演弱势群体的角色。对此,广东深天成律师事务所郑绪华律师认为,银行不应过分渲染旗下信用卡产品,而应诚信告知消费者自身产品的局限性,更不能刻意制造卖点。同样,消费者在面对五花八门的信用卡产品时,也应当从自身需要出发,仔细了解信用卡的各项服务条款,不要轻信口头承诺,一旦发现权益受到侵害,要及时保留证据、通过法律途径进行捍卫。