

揭开持牌机构羊皮下的贷款中介

金融领域贷款类广告乱象屡禁不止。2月4日,北京商报记者注意到,当前仍有中介公司在贷款类广告中,利用小贷公司、银行等持牌机构虚假宣传,实则获取用户信息开展自身贷款产品营销。业内人士建议,监管层可考虑以科技公司为被监管主体,构建新监管框架与细则,明确科技公司的审核责任与金融消费者保护义务,同时,还应对发布广告的渠道进行进一步的规范。



监管环节前移

值得注意的是,除腾讯新闻外,此类广告也时常出现在各类App上。

北京商报记者通过腾讯广告客服了解到,开通广告主账户发布广告需要先进行资质审核,贷款类广告需要另外提供金融业务许可证。对于用户质疑的宣传广告,可向客服提供相关证据,系统将会进行进一步审核。此外,对于前述涉及虚假宣传的广告是如何产生的,后续如何处理,北京商报记者也向腾讯广告客服进行了了解,但截至发稿未收到回复。

事实上,金融领域产生的营销乱象近年来屡屡引发监管层的注意。继2020年初下发《通知》后,2021年1月,央行在2021年工作会议中再度提及,严禁金融产品过度营销,诱导过度负债,严肃查处侵害金融消费者合法权益的违法违规行为。

“当前监管层对于金融类营销的条款,主要针对于持牌机构广告宣传方面的约束,对于发布广告的渠道还应进行进一步的规范”,孙扬表示,但平台方本身也应该对所发布的广告真实性、合规性尽到审核义务。

此外,苏筱芮指出,金融营销宣传诱导用户、非法放贷等行为,当前多集中于事中、事后管理,即产生了不良后果以后再追责。苏筱芮建议,广告乱象根除可从三步进行,其一,需要将监管环节前移,当下贷款产品背后的资金可能是银行、消费金融、小贷等多个主体,传统监管方式已经不能适应当下形势;其二,监管层可考虑以科技公司为被监管主体的新监管框架与细则,明确科技公司的审核责任与金融消费者保护义务,细化广告发布要求;其三,进一步畅通金融消费者投诉渠道,形成良好反馈机制。

北京商报记者 岳品瑜 实习记者 廖蒙

广告宣传与实际产品不一致

2月4日,北京商报记者在浏览“腾讯新闻”App时,关注到一条穿插其中的贷款类信息流广告。页面内容显示:“请远离高息贷款,缺钱来这借,最快1小时到账”。广告发布方为“融贷”。在点击链接后,页面提示填写姓名、手机号即可立即申请贷款,贷款出资主体为重庆两江新区宝升小额贷款股份有限公司(以下简称“宝升小贷”)。

在完成简单的资料填写并提交申请5万元贷款信息后,正当北京商报记者要进一步了解宝升小贷是否属于网络小贷时,收到了一位自称是“银行信审中心工作人员”拨来的电话。该工作人员李洋(化名)称,她在银行贷款系统后台收到记者的贷款申请,现需要对贷款信息进行进一步审核。

当北京商报记者提出自己是通过小贷公司放款渠道提出申请,对方如何获知自己的信息时,李洋仅表示小贷公司利息太高,银行贷款更为正规。为证实合规性,李洋还强调,公司不与小贷公司等平台合作,所有款项均由合作银行发放。

对于李洋隶属于哪家公司,对方并未正面回答,仅通过强调“银行信审中心”回答。最后,在再三询问之下,李洋起初表示其来自北京融金集团银行贷前审批部,紧接着表示可通

过北京华明汇财金融服务外包有限公司(以下简称“华明汇财”)工商信息进行了解。

此外,在“腾讯新闻”App中,北京商报记者还找到了发布方为“融贷中心”的贷款广告,页面内容显示放款方为上海浦发银行杭州分行。填写完信息后,北京商报记者也再度接到了“银行信审中心工作人员”的电话,在记者对其获得信息的方式等提出质疑后,对方直接挂断了电话。

“广告宣传产品与实际产品不一致,违反了《互联网广告管理办法》的相关要求”,苏宁金融研究院金融科技研究中心主任孙扬指出,中介公司为哪家银行产品服务,应该明确告知用户。

金融科技专家苏筱芮分析指出,随着金融机构的数字化转型步伐加速,传统金融的业务链条得到进一步延伸,链条上也衍生出从贷前到贷中、贷后的一系列关联业务,催生出一批细分机构来实现贷款业务的分工合作,是数字经济时代金融业务专业化分工更加明晰的一种表现。但这一类型机构门槛低,也并非持牌机构,不排除部分机构利用持牌机构的名头虚假宣传,以满足自身的揽客需求。

信息收集存重大隐患

根据李洋提供的信息,北京商报记者通过天眼查找到了这家名为华明汇财的公司,

该公司经营范围包括接受金融机构委托从事金融知识流程外包服务。而华明汇财的同一地址下,还有一家名为“北京融金时代信息科技有限公司”(以下简称“融金信科”)的机构,其官网显示“融贷中心”字样,主要帮助用户匹配银行贷款方案。

通过融金信科官网,北京商报记者找到了一位该公司工作人员,对方介绍称,公司开展银行贷款业务对接服务,包括华明汇财在内,北京地区共有6家分公司开展业务。至于宣传中提到的小贷公司放款,对方表示小贷公司同样是合作方,只是借此进行宣传。此外,对于公司是否存在虚假宣传情况、收集到的客户信息如何保存处理等问题,北京商报记者向华明汇财进行了进一步了解,但截至发稿未收到回复。

利用小贷公司宣传,为何却给客户匹配银行贷款产品?2月3日,北京商报记者多次拨打宝升小贷客服电话了解情况,但电话均无人接听。另有天眼查信息显示,宝升小贷已经卷入多起债务纠纷,于2019年初开始多次被列为失信被执行人,公司多位股东、高管被限制消费。

而上海浦发银行杭州分行贷款中心负责

人则明确告诉北京商报记者,未与此类机构开展合作。

在北京商报记者以“不需要银行贷款”为由拒绝这笔贷款后,李洋还曾多次强硬地表示,填写姓名、手机号这一操作即视为已经提交了贷款申请,必须在24小时内确认完整的信息资料才能撤销申请,否则将被记入央行征信系统,影响后续贷款操作。

在孙扬看来,中介公司以持牌机构名义发布广告的风险不仅在于诱导、吸引用户借款,在用户信息收集方面也存在重大隐患。正规贷款流程中,用户发起、撤销贷款申请均属于自发行为。在用户提出不需要贷款后,中介公司以胁迫的方式要求用户提供相关信息,如果中介公司进一步利用这些信息开展贷款操作等,将构成重大违规。

苏筱芮表示,这种帮助传统持牌机构进行展业的机构主体,在监管文件中,多被称为“业务合作方”或“助贷机构”。例如《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》(以下简称《通知》)约束的是持牌机构,非持牌机构(业务合作方)的约束则是通过持牌机构进行传导的,是间接约束,其约束效力较小且相对有限,从而为其违规操作提供了可能性。



建行创业者港湾

成长之湾 为梦起航

广告

创新创业 携手同行请找建行
入驻孵化 让您的企业不流浪
信贷创投 帮您缓解资金紧张

创业辅导 为您送上经验分享
产业对接 助您产品销路通畅
千淘万漉 破茧成蝶展翅翱翔



中国建设银行
China Construction Bank
北京市分行

客户服务热线: 95533
网址: www.ccb.com

