

仿冒平台伪造文件 网贷诈骗以假乱真

高度“撞脸”

来自四川的李敏(化名)就是受害者之一。7月19日,他向北京商报记者讲述到,前几日通过短信链接的方式下载了一个名为“微粒贷”的贷款App,下载后发现只有2万元的贷款额度,正逢他手头紧,便在App上完善了个人资料准备贷款。

“我之前就听说过微粒贷,听说挺靠谱的,没多想就操作贷款了。”李敏称,由于贷款App显示是微粒贷,另外在合同页面也显示了资金方是微粒贷银行,此外还附有微粒贷银行的合同章,因此他一开始并未对这一贷款平台存有疑心。

问题主要出在提现环节。李敏告诉北京商报记者,完善个人信息后,提现过程中显示“请紧急处理!由于银行卡号与姓名不匹配(已临时冻结转账),需尽快联系客服处理,以免造成不良记录!”于是,在平台的引导下,李敏通过QQ的方式联系上了客服。

值得注意的是,这时客服向李敏出示了一份所谓的“银保监会办公厅文件”,文件要求他提交贷款金额50%的对账认证金,也就是1万元,由金融公司提交认证对接数据,以确认这张银行卡是本人使用,可由本人操作出入账,并重新与贷款机构融资银行出账口做对接,进行账户收款签约和代扣签约。

还未意识到骗局的李敏,按照平台要求向一个个人银行账户转了1万元,但转账成功后仍被告知认证失败,这时平台又要求再转3万元,这个时候李敏才意识到被骗。

截至7月19日,李敏已经收集好了相关材料,并进行了相关投诉和报警处理。警方告知他,这是最近频繁发生的新型网贷诈骗,诈骗分子主要仿冒知名贷款平台实施诈骗,包括“微粒贷”平安普惠“360借条”“京东白条”等,由于这部分被冒充的平台品牌知名度高,使得不少人放松警惕上当受骗。

与李敏遭遇类似情况的还有林枫(化名),他同样在一个号称“微粒贷”的App上贷款,签了电子合同显示放款成功,但看到合同

有贷款需要怎么办?看似是一则由正规贷款平台发送的推销短信,但稍不小心就掉进了诈骗分子挖的坑。北京商报记者调查发现,连日来很多山寨网贷平台诈骗手段再升级,不仅仿冒知名贷款平台App,而且伪造了贷款平台的合同专用章,甚至冒用监管文件威胁受害者转账,以假乱真,让消费者难以分辨。

发现账号有两位数字被互换,联系客服后对方称是他自己把卡号报错,且要求转账解冻。

除此之外,北京商报记者在黑猫投诉等平台上看到,至少已有上千人遇到了同样的情况,均是骗子平台仿冒微粒贷,以银行卡信息错误为由导致资金冻结,同时还以“影响征信”“承担法律责任”等为由,要挟受害者进行转账。

北京商报记者对微粒贷银行也进行了采访。7月19日,微粒贷银行回应记者称,微粒贷采用邀请制,受邀用户可以在手机QQ钱包以及微信支付看到相关标识,进行贷款操作,目前暂无任何独立的App。此外,微粒贷银行针对市场中假冒微粒贷“微粒贷”注册商标进行不法活动的违法行为,2020年全年累计打击下架超过150个虚假App和1300个虚假链接。

同时,微粒贷银行也提醒,随着互联网的发展,骗子的诈骗手段也在不断升级,广大消费者不要轻信未知来源的短信或网络广告所提供的信息,可通过官方渠道进行资质核实和真伪鉴定。

●山寨App仿冒微粒贷等知名贷款平台,甚至伪造银保监会文件,诱导胁迫受害者转账。
●诈骗分子除了骗取钱财外,也窃取用户个人信息再次转卖获利,其中,系统伪造、信息贩卖等灰色产业链环环相扣。

新型网贷诈骗套路

>> 业内建议 <<

- 事前需加大对App的审核力度,强化金融消费者的科普教育;
- 事中需对此类违法业务提供支付通道的相关机构加大处罚;
- 事后同样需要加大对不法分子的摸排和处罚力度。



骗子平台肆虐

需要警惕的是,当前骗子App“撞脸”知名贷款平台的现象并不少见。

7月19日,北京商报记者在苹果应用市场搜索,仍能搜到不少山寨贷款App,以一个名为“趣分期”的贷款App为例,该平台自称是一款分期消费平台,可极速放贷。但下载后发现,该App仅有一个“最高可借3万元”的贷款页面,需要用户填写手机号,并输入验证码。

但输入验证码后,该平台页面又推荐了包括好好花、彩虹花呗、猪猪秒下、急用钱、应急分期五个平台在内的产品列表。该平台页面还附带了一个iOS企业版App下载安装教程”,引导用户通过设置点击信任的方式下载各类山寨App。

山寨骗子App为何屡禁不止?背后又有何灰色产业链?苏宁金融研究院金融科技研究中心主任孙涛告诉北京商报记者,现在714高炮、违法违规App被严厉打击,很多诈骗分子通过一些“野鸡”贷款App比较困难,所以

开始转移到蹭知名贷款平台的赛道上。

北京商报记者通过多方采访了解到,仿冒知名贷款App,除了可以骗取钱财外,也可以骗取用户个人信息再次转卖获利,其中就包括资金诈骗、个人信息诈骗和个人信息贩卖等环节。

除了App诈骗外,还有一些专门打造这类App的开发者、伪造网贷系统的卖家,以及短讯群发团等,其中会涉及到改号器,用来校验身份信息是否为本人;此外网贷系统伪造商也会根据开发难度,对山寨系统明码标价,价格区间在数千元到数万元不等。整个产业链环环相扣,不仅骗取钱财,也为套取用户个人信息。

“这些个人信息可以贩卖给保险公司、房产公司、推销公司等,还有其他的诈骗公司,危害很大,信息不仅非法在很多机构流转,还会给个人带来骚扰。”孙涛说道。

“虽然一直在打击,但是市场乱象不止,有多方原因。”消费金融专家苏筱芮认为,一是早期难以察觉,通常等受害者不断累积以后才遭到曝光;二是违法成本低,被仿冒的

知名贷款平台,往往仅是通过声明、风险提示等对用户提醒告知,缺乏有效的制约措施;三是犯罪分子行踪隐蔽,背后通常拥有专业团伙,难以发现其行踪,得逞后立马换上新“马甲”,背后也牵扯到从引流到运营到资金转移等一系列灰色产业链。

寻求正规途径

骗子平台肆虐,如何分辨真伪是广大消费者需要关注的问题。

在苏筱芮看来,知名贷款平台之所以被仿冒,在于不法分子试图利用其品牌知名度与用户信任度来实施诈骗,后续,用户应通过正规途径,例如官方网站、官方微信服务等来下载App,避免通过不明来源的途径进行下载。

另对如何分辨平台真伪问题,零壹研究院院长于百程提出,借款人分辨骗子平台和维护自身权益有几个方法:第一,借款时找官方平台和正规渠道,勿轻信小广告,不下载来历不明的App;第二,正规的贷款产品不会在放款之前提前收取费用,放款前,平台以任何理由需要借款人付款,都需要保持警惕;第三,如果不幸被骗,要在第一时间报警举报,提交相关证据,维护自己的合法权益。

此外,如何根治山寨贷款平台乱象,也成为业内广泛关注的话题。

孙涛认为,有两个方面需要关注,一是互联网渠道的深度监管和整治,可以全面扫描和发现线上贷款App,这个需要互联网监管部门和互联网渠道服务提供商的深度配合,比如浏览器、搜索引擎、应用商店、小程序分发平台等。另外则是针对贷款诈骗的刑法修法,后续或许可以出台非法贷款监管条例,将非法贷款的整治通过条例固化,并明确对各部门的要求。

苏筱芮则建议道,要根治乱象,事前需要加大对App的审核力度,强化金融消费者的科普教育;事中需要从支付环节入手,对此类违法业务提供支付通道的相关机构加大处罚;事后同样需要加大对不法分子的摸排和处罚力度,通过树立一批典型大案,要案来肃清市场风气。北京商报记者 岳品瑜 刘四红

六成“不及格” 61家信托公司业绩分化加剧

7月19日,北京商报记者根据百瑞信托研究发展中心数据整理发现,截至目前,共有60家信托公司通过银行间同业拆借市场披露了未经审计的2021年上半年财务数据,再加上陕西省国际信托此前在A股市场披露的业绩快报,总计已有61家信托公司披露财报数据。今年上半年,61家信托公司业绩分化较为显著,既有约23.21%的信托公司净利润下降幅度超过20%,也有约25%的信托公司净利润增长幅度超过30%。

百瑞信托研究发展中心数据显示,上半年信托公司净利润的平均值为5.65亿元,可比口径下较2020年上半年同比增长16.02%。

具体来看,2021年上半年,信托公司净利润区间分布以1亿-5亿元最多,其次为5亿-10亿元、0-1亿元。净利润在10亿元以上的信托公司有9家。以净利润排名,稳居前五位的有平安信托、中信信托、五矿信托、华能信托、重庆信托,分别实现净利润34.62亿元、20.12亿元、20.06亿元、18.24亿元、18.09亿元。

2021年上半年,共有37家信托公司净利润在5亿元以下,低于5.65亿元的平均水平,占比约为60.66%。另有2家信托公司净利润为负,分别是民生信托、华信信托,2021年上半年,这2家信托公司实现净利润分别为-419.22万元、-918.55万元。针对净利润下滑的原因,北京商报记者尝试采访上述2家信托公司,但截至发稿未收到回应。

谈及上半年信托公司的净利表现,百瑞信托博士后工作站研究员谢运博分析称,2021年上半年,信托公司净利润增速呈现显著的分化局面,既有约23.21%的信托公司净利润下降幅度超过20%,也有约

25%的信托公司净利润增长幅度超过30%,为非常明显的两头占比较大的情况。

谢运博进一步介绍说:2021年上半年,净利润负增长的信托公司占比约为32.14%,净利润增速在16%以下的信托公司占比约为55.36%。因此,2021年上半年信托公司整体实现相对较高的净利润增速,主要仍是由行业头部信托公司经营业绩的提升来拉动。

由头部信托公司拉动经营数据也体现在营业收入这一指标上,2021年上半年,61家信托公司平均营业收入达12.1亿元,可比口径下较2020年上半年同比增长14.11%。从各家信托公司的情况来看,2021年上半年的营业收入主要集中在1亿-15亿元。其中,有40家信托公司的营业收入在10亿元以上,未达平均水平,占比约为65.57%。有平安信托等8家信托公司在2021年上半年实现营业收入超过25亿元,同样体现了行业头部信托公司良好的发展态势。

从资本实力层面来看,2021年上半年,61家信托公司净资产规模的平均值为117.74亿元,可比口径下较2020年上半年增长8.39%。

从各家信托公司来看,净资产规模分布

于50亿-75亿元、75亿-100亿元的信托公司数量较多,分别为13家、11家,净资产规模分布于100亿-150亿元、200亿元以上的均有10家。净资产规模在100亿元以下,即低于平均水平的信托公司占比约为60.65%。

与净利润增速呈现两头占比较大情形不同的是,信托公司净资产的增速分布呈现一定的正态分布特征。2021年上半年,信托公司净资产增速在5%-10%区间的占比最大,其次是增速为0-5%、10%-15%这两个区间。净资产实现正增长的信托公司占比约为78.69%,表明多数信托公司的资本实力均有不同程度的提升。

补充资本金对正处于转型时期的信托公司提升抵御风险能力有较大的益处。据北京商报记者不完全统计,开年至今已有陕西省国际信托、浙信信托、大业信托、中粮信托、光大信托、中航信托、陆家嘴信托等多家信托公司宣布或已完成增资事宜,合计增资数额已超百亿元。

用益信托研究院研究员喻智在接受北京商报记者采访时指出,增加资本金有助于信托公司扩张信托资产管理规模,抵御监管的压力;同时,对业务创新提供更多的投入和支持,支持新业务战略的布局和发展。在化解风险方面,资本雄厚的好处既可以直接提高公司的抗风险能力及缓解流动性压力,又可以树立正面的品牌形象,增强投资者的信心。

“未来增资潮持续的可能性比较大。”在喻智看来,当前信托公司增资的主要动力就是保持信托资产规模增长和业务转型,在“两压一降”的背景下,信托资产规模下滑,加上信托风险资产处置加快,业务转型的需求十分强烈,加大投入布局新业务是信托公司当前阶段的主要任务,也是信托公司抢占未来市场的重要时间点。

北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

提额降息 消费金融营销花样多

流量困境之下,营销拉新之战也蔓延至消费金融领域。7月19日,北京商报记者梳理发现,消费金融公司微信公众号俨然成为机构运营的第二战场,除了内置平台产品入口外,面向平台新老用户的提额、降息、邀请好友得现金红包以及其他各类互动活动,同样层出不穷。

北京商报记者进一步体验发现,在用户首次关注微信号时差异便有所体现。在点击关注招联消费金融旗下“招联金融”公众号后,北京商报记者连续收到了6条关注自动回复内容,除了平台介绍、标语外,还有4个活动相关链接,以“借款打9折,送5至25元话费”“老用户专享420元现金红包”等字样提示用户。

具体来看,“招联金融”相关连接的活动内容包括老用户专享、招联App专享等,在以“新人领最高5万元30天免息”为标题的活动中,根据活动规则介绍,新用户(包括已注册但未进行借款操作的)可以领取1张最高5万元的30天免息券,1张8.8折借款折扣券以及88元现金红包,而现金红包需要用户至少首次借款2万元方可激活。

除了招联消费金融外,还有部分消费金融机构同样在关注环节便设置了相关链接,不仅有限时活动介绍,平台借款产品申请链接也在其中。而除了这一情况外,还有机构在用户关注环节稍显“朴素”,例如中银消费金融仅自动回复“欢迎关注中银消费”。

消费金融专家苏筱芮告诉北京商报记者,消费金融机构在多个环节的线上获客中不遗余力,也表明了行业当前在获客等方面的竞争激烈。而不同机构对于线上渠道的态度有所差异,也与公司业务类型密切相关,部分机构更侧重线下业务的开展,因此相较线上而言,在线下场景端开展获客的力度更大。

“除了业务类型不同外,与各机构对微信公众号获客认知差异也有关联。”冰鉴科技研究院高级研究员王诗强补充道,部分机构在前期“吃”到了微信带来的流量红利,成为客户转化

的好途径,后续也愿意加大操作力度。而一些后入场的机构粉丝少,运营增粉难度大,转化效率低,自然也降低了对这一渠道的重视程度。

北京商报记者注意到,中银消费金融、晋商消费金融等机构推文主要以公司动态和借款知识分享为主,偶有提及部分限时营销活动。苏宁消费金融则是在公众号上下起了“红包雨”“冰点降息”“10亿提额”“5折借款优惠券”等各类营销活动是苏宁消费金融公众号头条的主要内容。

在王诗强看来,消费金融机构密集开展的营销活动比拼,反映的是行业普遍存在流量增长困难、客户流失严重等问题。随着近年来互联网巨头入局消费金融业务,消费金融行业持续洗牌,同时还有众多银行、互联网平台等推出同类型业务,同类型贷款产品越来越多,竞争之下持牌消费金融公司面临获客难题,高息也导致优质客户流失严重。

“降息、提额成为消费金融留住优质客户、控制风险的主要方式,”王诗强表示,同时,通过老客户邀请新客户是一种电商思维,也是消费金融机构的无奈选择。

消费金融机构营销活动频出,也引起了业内对于消费金融过度宣传、诱导消费甚至是将营销成本嫁接到用户的担忧。在如何把控营销边界上,苏宁消费金融方面回应称,公司严格遵循各项监管要求开展金融营销活动宣传,除了规划营销活动各个环节外,每周还会推出金融消费者教育的推文,主题包括保护个人征信、防范非法集资、理性消费远离套路贷等。加强用户的金融知识普及,同时提醒用户合理借贷、理性消费。

王诗强表示,消费金融公司在推广活动中也要遵守相关要求,要做好合规工作。不能过度夸大,不能欺骗消费者,营销活动要清晰、详细说明;如果出现宣传活动与实际不符的情况,造成用户体验差,也容易造成客户流失,并引发客户投诉。北京商报记者 岳品瑜 廖蒙