

代理商随意开价 信用卡积分变现灰产猖獗

可变现的信用卡积分

信用卡积分是银行为持卡人提供的福利,可以兑换实物或虚拟权益,一直被“羊毛党”视为必争之地。北京商报记者近日在调查中发现,除了通过银行官方渠道兑换之外,一些中间商还专门做起了积分兑换现金的“生意”。

“大量回收信用卡积分,兑换现金。”信用卡中间商李博(化名)每天都会在朋友圈发布大量揽客信息吸引持卡人。他告诉北京商报记者,除了极少数的白金卡、钻石卡等高端卡,大多数信用卡的积分都存在有效期,过了有效期直接清零。信用卡到期了,积分就到期了,不如把积分兑换成现金,想买什么都可以。

另一位信用卡中间商做的也是和李博同样的“生意”,在他口中,信用卡积分兑换现金则是为了资金周转。疫情期间都面临资金周转问题,信用卡积分放着也没什么用,还不如兑换成现金,什么银行的信用卡都兑换,积分越高兑换的现金越多。”这位信用卡中间商说道。信用卡积分究竟如何变现?北京商报记者进一步调查发现,大部分信用卡积分变现操作模式均是通过银行先兑换相应的虚拟权益商品,然后由信用卡中间商将商品换取为现金返还给持卡人。不同银行信用卡可兑换的金额不同,以一家股份制银行信用卡为例,该行信用卡积分按单笔消费入账金额计算,人民币20元或者每2美元积1分。

“这家银行刷卡20元才能得1积分,很值钱,兑换的金额也高,1万分可以兑换110元。”李博介绍称。北京商记者在李博的指引下用信用卡积分兑换了银行提供的10份虚拟商品,共计7990积分,随后又将兑换后的券码、个人支付宝账户提供给信用卡中间商,最终兑换现金金额为88元。另有部分信用卡积分在兑换变现的过程中,需要持卡人提供卡号、查询密码、身份证正反面、卡片正反面、卡主手机号配合验证码等个人信息。更有信用卡

“大量回收信用卡积分,可兑换现金”招代理,只需要发朋友圈就可以赚钱”……在疫情的影响下,信用卡“倒卡”养卡”异军突起,关于积分兑换的灰色产业层出不穷,“羊毛党”打着周转资金、为用户提供便利的口号,回收持卡人手中的信用卡积分,帮助持卡人将信用卡积分全部兑换成现金,从而获得利差,扰乱信用卡市场秩序。不过北京商记者在调查过程中发现,从积分兑换的比例来看,变现的价值远不如银行官方渠道提供的权益。



中间商向北京商报记者直言:“可以将银行账户密码发过来我们代替操作。”

对“羊毛党”来说,将闲置的信用卡积分兑换成现金看似是一笔“赚钱”买卖,但此类操作是否真的划算?以上述股份制银行为例,北京商报记者注意到,该行信用卡中心针对持卡人推出了积分抵扣账单的活动,99积分可以抵扣2元,7990积分可以抵扣约160元,价值远远高于变现价值。

谈及此类行为,北京寻真律师事务所律师王德怡在接受北京商报记者采访时指出,银行的交易系统是以信用卡关联的账户信息和密码来核实客户身份,持卡人在出售卡内积分的同时,会向代理商提供身份证号、银行卡号、手机号码及密码等私密信息,上述信息存在被非法使用的可能。持卡人出售卡内积分的同时,也向信用卡代理商泄露了上述信息,这增加了交易风险。对于以借转让积分为名,进行盗刷和非法收集个人信息的行为,法律应当予以严厉打击。

“拉人头”招代理

对“羊毛党”来说,最赚钱的不是信用卡积分变现,而是“拉人头”层层招代理。北京商记者在调查过程中注意到,有不少信用卡中间商打出“每天只需要发发朋友圈,有人注册你可以赚钱,有人兑换积分,你还可以赚钱,有人升级会员,你还可以赚钱”的口号招代理。

招代理有团队操作也有个人操作,代理商王梅路(化名)正在招纳名下的个人代理,她向北京商报记者提供了一份银行积分兑换收益图,以一家国有大行信用卡1万积分兑换为例,金牌代理兑换价格为120元,顶级代理兑换价格为121元,机构代理兑换价格为122元。

“假如你是机构代理,1万积分抵扣122元是机构代理可以兑换积分的价格。若有新的客户,就可以随意报价,将价格报低一些,例如1万积分抵扣110元或者100元,然后转到后台由我操作,你可以赚中间的利差,但做机构代

理需要缴纳500元会员费。”王梅路说道。

另一种团队操作的代理模式更为复杂,北京商报记者从一位团队负责人处了解到,加入团队代理的流程大概有三步,第一步是注册生成代理商自己的邀请码;第二步是推广会员赚钱;第三步是做团队赚钱,这其中会员等级又分为黄金会员、钻石会员两种。

例如,缴纳88元会员费就可以升级为黄金会员,若代理商再向上级推荐一位黄金会员可以直接赚取44元现金,代理商团队每新增一位黄金会员,可以赚8.8元现金;升级为钻石会员则需要缴纳498元会员费,若代理商再向上级推荐一位钻石会员可以直接赚取249元现金,代理商团队每新增一位钻石会员,可以赚49.8元现金,层层累积,团队人数越多得到的分润就越高。

易观高级分析师苏筱芮表示,这种“拉人头”方式使得不法兑换行为进一步扩散,影响到信用卡积分正常的使用秩序,是信用卡行业中的“毒瘤”。而此类信用卡积分变现生意

强化积分规则风险意识

为了遏制“羊毛党”扰乱信用卡市场秩序,已有多家银行发文遏止,例如,某国有大行就曾发布公告指出,按照客户信用额度的10倍设置客户单月积分累计上限,超过该上限的新增积分不计入客户积分账户,并提到将定期关闭涉嫌伪造交易套取积分商户的积分累计。多家股份制银行也纷纷调整信用卡积分规则,取消了部分第三方支付机构受理的交易积分累计。

修改信用卡积分规则只是第一步,如何打击猖獗的“灰产”需要监管和银行的多方努力。博通分析金融行业资深分析师王蓬博分析称,积分是信用卡的一种主要营销方式,但长期以来被违规利用现象屡禁不止,主要原因还是在于有利可图。信用卡积分不但能够获得相应的物质奖励,还有可能和套现等灰黑产业结合,比如个人信息泄露、银行成本增加、被洗钱等违法行为利用等。近年来,银行已经开始重视调整类似的积分政策。比如更加精细化运营存量用户,将用户积分分级细化,升级相关风控举措;积分和实际场景消费更加紧密联系。

从持卡人角度来说,苏筱芮进一步指出,持卡人面临两方面风险,一是违规交易信用卡积分被银行采取相应手段的风险,二是个人信息被泄露甚至被不法利用的风险。银行要提升持卡用户的数字素养,强化积分规则的告知与风险意识的建立,要针对此类行为设立相应的投诉、举报制度。

北京商报金融调查小组

信美人寿增资缩水七成“新浪系”只是暂退?

继2021年12月调整增资方案后,2022年1月12日,银保监会批准信美人寿相互保险社(以下简称“信美人寿”)运营资金从10亿元增加至11.76亿元。增资完成后,信美人寿第一大出资方“阿里系”公司蚂蚁科技集团出资比例被稀释,原定出资方“新浪系”也没有出现在新股东名单中。不过,“新浪系”公司并没有放弃投资,信美人寿告诉北京商报记者,“新浪系”相关增资事宜仍在推进中。

原投资方比例被稀释

1月12日,银保监会批准信美人寿运营资金增加1.76亿元,其中,涌金投资控股有限公司(以下简称“涌金投资”)提供运营资金7600万元,汤臣倍健股份有限公司(以下简称“汤臣倍健”)提供运营资金1亿元。

增资完成后,信美人寿运营资金从10亿元增加至11.76亿元。汤臣倍健由5%增至12.75%,新进投资方涌金投资持股6.46%。而除了汤臣倍健外,蚂蚁科技集团、天弘基金等原投资方并未参与此轮增资,出资比例被稀释,蚂蚁科技集团出资比例从34.5%被稀释至29.3367%、天弘基金出资比例从24%被稀释至20.4082%。

对于增资原因,信美人寿在接受北京商报记者采访时表示,是为了进一步增强资本实力,推进信美稳健经营和可持续发展。

上海对外经贸大学保险系主任郭振华指出,信美人寿增资,可能是因为偿二代二期工程落地,加大了偿付能力压力。同时,考虑到未来的业务扩展会加大资本消耗,提前进行准备,也是信美人寿增资的原因之一。

为何其他投资方没有参与此轮增资?信美人寿回应北京商报记者称,本轮增资是按照资本规划来执行;目前和各出资人沟通良好,一起为会员提供更好的产品和服务是大家共同的目标。

“新浪系”增资推进中

北京商报记者注意到,信美人寿此轮增资与其2021年3月在中国保险行业协会官网披露的增资公告发生了很大变化,原定出资方“打退堂鼓”,导致融资缩水七成。

2021年3月,信美人寿的增资公告显示,计划新增运营资金7.65亿元。其中,“新浪系”公司北京微梦创科网络科技有限公司出资5.1亿元、涌金投资出资2亿元、汤臣倍健出资0.55亿元。而获批的增资结果显示,“新浪系”并没有参与增资,涌金投资也减少了出资额。

“新浪系”退出增资信美人寿并不意外。2021年4月,为防止资本无序扩张,央行、银保监会、证监会等金融监管部门对包括新浪金融在内的13家网络平台企业进行了约谈。

要求各公司严格落实审慎监管要求,完善公司治理,落实投资入股银行保险机构“两参一控”要求,合规审慎开展互联网存贷款和互联网保险业务。

不过,“新浪系”并没有完全放弃对信美的人寿的投资。信美人寿方面告诉北京商报记者,为推进公司稳健经营和可持续发展,经综合考量,先另行提交了本次增资申请,“新浪系”对我社增资事宜目前仍在推进中。

平衡理财与保障

资金到位,信美人寿可以在业务方面大展身手了,提升内控以及发力保障型产品迫在眉睫。

银保监会消费者权益保护局的数据显示,信美人寿的万张保单投诉量位列人身保险公司首位。信美人寿对北京商报记者回应表示,万张保单投诉量排名靠前主要是受信美人寿业务结构影响,由于信美人寿整体保费规模较高,保单件数较少,故万张保单投诉排名靠前《消费投诉情况》中其他排名,例如亿元保费投诉量、万人次投诉量指标均处于良好水平。

除了投诉,寿险公司的保障型产品与理财产品均衡也是信美人寿面临的关卡。信美人寿2021年上半年经营情况报告显示,2021年上半年累计规模保费居前五位的保险产品中有3款年金险产品,3款年金险产品保费已占规模保费前五位保险产品的65.17%。

对此,信美人寿在接受北京商报记者采访表示,在产品方面,将在寿险产品和年金险产品占比进行调整:未来,信美人寿将逐步加大终身寿险比例平衡产品占比。同时,遵循互联网新规和市场环境导向,加强与线上平台渠道合作,加大定寿、重疾以及医疗类等保障类产品,满足消费者不同保障需求。

对于这种情况,曲速资本、保观创始人杨轩认为,两种类型的产品对于公司的能力和要求不一样,对核保核赔能力、投资能力都是有要求的。相对来说,理财型保险“起量”快一点。但如果销售能力和投资能力跟不上,盲目增加理财型保险,风险是比较大的,特别是投资出现亏损或者不到位的情况。虽然做健康险可能“起量”及保费收入慢一点,但是相对稳健,另外需要把健康险方向的人才和技术储备好。

北京商报记者陈婷婷 李秀梅 胡永新

L老周侃股 Laozhou talking

从龙津药业看 大股东与股价上涨的关系

周科竞

巴菲特的股东最怕股价上涨,A股投资者感到不解,现在看了龙津药业的走势及大股东的减持计划,投资者是否也开始害怕股价上涨?题材炒作加减持的套路,投资者应有所警惕。

从龙津药业的走势看,公司股价从7元多启动,最高上涨到24.09元,涨幅超过200%,紧接着公司的控股股东和二股东分别在1月7日和13日公告要减持股份,而且减持的比例分别高达3.19%和6%。因此投资者会很疑惑,究竟是公司股价被炒高了,然后大股东们就要减持股份;还是说,大股东想要减持股份,于是股价就被炒高了?

从表面上讲,龙津药业的上涨是因为中药题材,但是公司的业绩却并不能支持股价的上涨,公司利润从2016年的9000多万元一路下行到2019年的亏损2000多万元,2020年虽然扭亏,但是扣非净利润依然是亏损的。进入2021年,前三季度利润只有600多万元,而且扣非后的净利润依然是负值,所以本栏说,龙津药业的业绩并不能支撑现有的高股价,同时中药题材的炒作也是呈现板块特征,所以不排除是大股东和二股东看到股价高企后制定的减持计划,但是1月13日股价仍然有一段时间封死在涨停板,追涨的投资者显得过于激进。

事实上,对于被资金反复炒作的题材股,包括但不限于中药、元宇宙、新能源,它们虽然都是很有前途的朝阳行业,但是如果股价过高、涨幅过大,同样也是存在投资风险的。而如果未来有公司真的是大股东通过市值管理推动股价上涨,然后在高位推出减持计划,那么追涨的投资者就会成为被收割的对象。

事实上,投资者想要避免这类投资风险,最好的办法就是坚持价值投资,不追高被炒高的股票,毕竟4000多家上市公司,没必要非得跟这少数几家公司较劲。