

利率不明授权费解 网贷者缺失的知情权

“我就是想贷个款，怎么推荐那么多公司？”我明明申请的是这家贷款公司，为什么那么多信贷中介联系我？……一些人在寻求网贷的过程中遇到过各类的困扰。近日，北京商报记者在一互联网平台点击一个贷款广告，但申请贷款后却由小贷公司进一步导流至多个助贷平台，且所有贷款页面均未明示贷款年化利率，这也引起消费者困惑；为何监管明令要求，仍不披露年化利率，谁来维护我的知情权？”

仅展示日利率或月利率

近日，北京商报记者在一互联网平台上点击一个贷款广告，进一步跳转至“用呗”平台的营销页面，其宣称“最高可借20万，凭身份证即可借钱，最低日息0.02%（1万元1天最低利息2元），可分3/6/12/24/36/60期不等”，输入手机号、验证码等信息就可查看额度。

北京商报记者输入了手机号查看额度，并勾选了同意相关注册协议和隐私政策。从协议来看，用呗平台由广东仁东互联网小额贷款有限公司（以下简称“仁东互联网小贷”）运营，另据页面宣传，该贷款额度“资金来源为各大银行及持牌消金机构”。

紧接着，北京商报记者通过跳转链接、点击信任的方式安装了用呗App，登录后显示用户预审额度已通过，完善资料最高可激活18.5万元。但需要注意的是，记者在完善姓名、职业、收入、城市等个人信息以及贷款金额、贷款期间、文化程度等贷款信息后，用呗进一步向记者推荐了一个名为“51车信贷”的助贷平台。

除了“51车信贷”外，北京商报记者注意到，用呗同时还在首页为多个贷款平台导流。宣称资金来源为银行及持牌消金机构，但点

击贷款后却为何层层导流至助贷公司？对此，北京商报记者向仁东互联网小贷求证采访，对此，后者回应称：“我方App的资金来源于正规金融机构，当我方判定用户不符合我方贷款要求时，在明确告知用户并取得同意并授权后，用户可前往第三方平台，具体问题可咨询第三方平台”。

值得一提的是，在贷款利率披露方面，部分平台也引起业内质疑。

北京商报记者注意到，不管是用呗还是用呗进一步导流推荐的平台，在贷款利率披露上，均未披露贷款年化利率，仅展示日利率或者月利率。

根据央行要求：“所有从事贷款业务的机构，在网站、移动端应用程序、宣传海报等渠道进行营销时，应当以明显的方式向借款人展示年化利率，并在签订贷款合同时载明，也可根据需要同时展示日利率、月利率等信息，但不应比年化利率更明显”。

在易观分析金融行业高级分析师苏筱芮看来：“宣称最低日息、月息符合这一情形，用呗这一行为既违反了监管规定，也侵害了金融消费者的知情权，与监管精神相违背”。

对于贷款利率披露问题，北京商报记者向仁东互联网小贷采访，但截至发稿，后者未给出正面回应。



信息安全隐患

另外，根据用呗平台注册协议：“平台将对用户提供的、平台自行收集的及通过第三方收集的用户个人信息、个人资料等享有留存、整理加工、使用和披露的权利，且用户需授权平台及其关联公司及其指定的第三方可留存、整理及加工用户信息，用于平台及其关联公司及其指定的第三方提供的营销等服务”。

这样一份协议，用户一旦勾选同意，个人信息安全如何得以保障？针对个人信息安全问题，北京商报记者向仁东互

联网小贷进行采访，后者同样未给出正面回应。

“无论在金融监管层面、诱导消费层面，还是个人信息保护层面，都存在大量风险隐患。用户协议会危害用户个人信息安全，但是平台采用了一种隐蔽的方式来获取用户信息授权，随着信贷链条上企业数量增加，用户信息也会以此方式分享给更多链条上层企业。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林直言，机构利率披露不透明是违规行为，信贷机构需要以单利模式公布信贷成本，而此举已经损害了借款人的知情权，存在诱导信贷的嫌疑。

后续如何规范

贷款市场的多个问题，也已引起监管注意。

正如3月14日银保监会发布的《关于警惕过度借贷营销诱导的风险提示》，其中就提到要警惕营销过程中混淆概念，诱导消费者使用信用贷款等行为，比如价格公示不透明，不明示贷款或分期服务年化利率等。若消费者自我保护和风险防范意识不强，不注意阅读合同条款、授权内容等，签约授权过程比较随意，容易被诱导办理贷款等业务。

盘和林告诉北京商报记者，针对信息保护不合规的问题，建议机构做出整改，需要将平台信息保护规则公布并备案，接受监管和用户监督；此外，若机构存在利率、贷款授权条款不透明的问题，应该责令整改后重新推出信贷产品。

苏筱芮对金融消费者提出建议，一是要坚持量入为出消费观，避免过度借贷甚至“以贷还贷”；二是要关注借贷产品的实际利率与产品提供方，尽量通过正规渠道，信息质量存疑的不碰；三是提高保护个人信息安全意识，认真阅读协议条款，不轻易在线下签字或是在线上点击“授权”按钮。

银保监会则提醒消费者，要合理合规使用小额贷款等消费信贷服务，了解分期业务、贷款产品年化利率、实际费用等综合借贷成本；选择正规机构办理贷款等金融服务，警惕贷款营销宣传中降低贷款门槛、隐瞒实际息费标准等手段。尤其要提高风险防范意识，不轻信非法网络借贷虚假宣传，不把小额信贷等消费信贷资金用于购买房产、炒股、理财、偿还其他贷款等非消费领域。

北京商报记者 刘四红

养老理财试点扩围 机构竞逐增量市场

养老理财产品试点范围由“四地四机构”扩大至“十地十机构”之后，新发产品的销售也在稳步推进当中。3月16日，北京商报记者获悉，当日招银理财第二只养老理财试点产品在10个试点城市同步发售，身份证“签发机关”为10家试点城市公安局的个人投资者均可购买。在此之前，光大理财、工银理财也已经率先在扩围地区发行了新产品。从产品架构设计来看，扩围后新发行的养老理财试点产品与首批试点产品并无实质差异，依旧重点突出稳健性、普惠性两大特点。

范围扩容后新发产品陆续亮相

2021年12月，我国正式启动养老理财试点工作，允许工银理财、建信理财、招银理财、光大理财4家机构在武汉、成都、深圳、青岛4个城市发售养老理财产品。2022年3月1日，养老理财产品试点地区新增北京、沈阳、长春、上海、广州、重庆6个城市，试点机构新增交银理财、中银理财、农银理财、中邮理财、兴银理财、信银理财6家机构。试点范围扩容后，新发产品的销售也在同步推进。3月16日，北京商报记者从招商银行多位理财经理处获悉，招银理财在当日发布了养老理财试点产品“招银颐养睿远稳健五年封闭3号”，该产品认购期为3月16日上午9:00-3月21日17:00，风险等级为R2级（中低风险），起购金额为1元，单一客户认购上限为300万元。记者登录招商银行手机银行发现，截至记者发稿，这款理财产品已有23242人次购买。

这也是招银理财发布的第二只养老理财试点产品。而在招银理财之前，光大理财、工银理财已率先在扩围地区发行了新产品。

据了解，上述扩容后的养老理财试点产品在10个试点城市（即北京、沈阳、长春、上海、武汉、广州、重庆、成都、青岛、深圳），面向持有任一试点地区身份证的个人投资者销售，即要求投资者身份证的“签发机关”为10家试点城市公安局，“签发机关”为非10家试点城市公安局的个人投资者不可购买产品。

一位理财公司相关人士在接受北京商报记者采访时表示：“当前正处于试点工作中，购买

理财产品的投资者名额并未全面放开，若未来全面放开在试点城市常住但“签发机关”为非10家试点城市公安局的个人投资者应该也可以购买，不过目前还未接到监管关于全面放开销售的通知”。

产品设计依旧以普惠、稳健为主

北京商报记者梳理发现，扩围后新发行的养老理财试点产品与首批试点产品并无实质差异，在产品设计方案依旧重点突出稳健性、普惠性两大特点。

例如招银理财本次发行的养老理财试点产品在投资标的、投资策略、风险评级、费率结构等方面与该公司此前发布的第一只养老理财试点产品保持一致，专享多项政策红利，设置收益平滑基金、风险保证金；业绩基准5.8%-8%，0认购费、0销售服务费、0超额业绩报酬；拟半年后每季度分红。在产品投向方面，该产品计划将0-20%资金投资于权益类资产及衍生金融工具，不低于80%的资金投资于债券、非标准化债权资产等固定收益类资产。

“试点养老理财将严格按照监管机构相关政策要求，具有投资策略稳健、风控管理审慎、功能设计精细等特点，在起售金额、费率设置、风险保障机制等方面，充分践行普惠金融，满足广大投资者养老理财需求。”招银理财有关负责人表示。

工银理财在产品设计方案中也抓牢稳健、普惠属性两大特性，将产品期限设为五年，同时也特别设定了分红条款，打造了专门的风险管理机制，包括平滑基金、风险准备金、减值准备等；在投资策略上以大类资产配置理念为引领，采用类CPI（固定比例组合动态管理）策略，重点投向符合国家战略和产业政策、供给侧结构性改革需求的领域。

在融360数字科技研究院分析师刘银平看来，当前养老理财试点产品发行的共性包括以下几点：期限偏长，大多为五年封闭式产品，鼓励投资者长期投资；业绩比较基准偏高，在4.8%-8%之间；引入风险管理机制，包括平滑基金、风险准备金、减值准备等，防止产品净值大幅波动；风险不

高，大多为R2级产品，固收类为主、混合类为辅；费率偏低，普遍给出一定费率优惠。差异性方面，养老理财产品在申购规则、分红方面有一定差异性，有的产品定期开放申购，定期分红，有的则建仓完成之后封闭式运作。

可适度增加权益性资产的配置力度

2022年以来，受国际局势等多方面因素的影响，股市震荡、权益类产品集体回调，银行理财产品大面积“破净”成为常态。受此影响，添加平滑基金、风险准备金，以稳健著称的养老理财试点产品受到投资者的关注。

刘银平认为，养老理财产品要兼具长期性和稳定性，要想获取投资者的关注还需要有一定收益优势，这就需要配置一定比例的权益类资产。近期理财产品大面积“破净”，也给理财公司提了醒，在投资策略方面会更加谨慎，股市震荡期可适当调低权益类资产的配置比例。

在资本市场不断震荡的当下，后续新发养老理财试点产品应在投资策略上作出何种改变？普益标准研究员王丽婷表示，目前养老理财产品多为固定收益类产品，该产品主要投向债券类资产、货币市场工具、债权类资产、权益类资产等金融工具，部分产品还可将一定比例的资金配置于非标资产。在收益获取方面，养老理财产品可在监管许可的范围内，通过适度增加权益性资产和非标资产的配置力度，来提升养老理财产品的收益水平。

在产品设计方案层面，北京商报记者从招银理财方面获悉，该公司将继续设计推出目标风险混合类策略产品、目标日期混合类策略产品作为试点养老理财产品方向。前者在投资策略方面，将根据投资者差异化的风险承受能力设置多梯度的目标波动率，每只产品将围绕特定波动率进行资产配置，并采取有效措施控制风险，以匹配不同风险偏好投资者的需求。后者为一站式养老规划解决方案的产品，以追求养老资金长期稳健增值为目的，通过设置下滑曲线，科学地逐年降低投资风险，符合养老投资随年龄增长而风险降低的要求。

北京商报记者 宋亦桐

老周侃股 Laozhou talking

旅游股的活跃根源在于预期

周科竟

近期以凯撒旅业为代表的旅游板块走势强劲，即使在3月16日上午大盘一路走低的情况下，凯撒旅业依然牢牢封死涨停，众信旅游则在涨停板附近震荡，这种强势走势源于投资者对于已经处于冰点的旅游行业充满期待，投资者预期如果旅游行业有新的利好消息出现，不排除会成为新风口口的可能。

投资者喜欢炒作ST股票，因为ST股票的业绩足够差，负债足够多，就算年报业绩再公布出多大的雷，投资者也有足够的心理准备，因为投资者既然不看ST股的业绩表现，那么再差的利空也不是利空。

旅游股也一样，多年的疫情，旅游行业无疑是受影响最严重的行业，旅游行业全行业亏损已经在投资者的预期之中，旅游股年报也同样不会再有新的利空，就算旅游股公布的年度业绩再差，投资者也能够理解，并且不会视为利空，而且现在旅游股的股价中，已经包含了对于年报业绩不景气的成分。

那么为什么旅游股表现抗跌？里面有投资者的预期因素，投资者希望如果未来国家公布疫情过去，恢复旅游时的那一波报复性旅游消费，将能给旅游行业上市公司带来巨大的经营利润，如果想要等待这一刻的爆发，必须要提前准备，当利好真正到来的时候，投资者担心会拿不到筹码。

但是，对于这种未来不确定的预期，投资者先行进行左侧交易，实际上也是有风险的。因为疫情持续的时间长度仍然无法预测，海底捞的老总曾认为疫情将会很快过去，结果逆风开店，企业亏损。那么现在投资者预期未来疫情将会很快过去，但如果疫情继续存在很长时间，那么投资者将会继续承担旅游股带来的经营亏损，同时还存在旅游股出现更大风险的可能。

所以，现在投资者下注买入旅游股，实则是与天对赌，看看疫情什么时候能够消失或者与人类成功共存，现在的旅游股已经成为一种概率投资，即投资者也不知道疫情什么时候结束，但是却知道未来任一时间都有可能疫情结束，那时候旅游股将会出现股价上涨，所以这就变成了一道数学问题，即在将来一个不确定的时间里，旅游股将会大概率出现业绩转机，那么现在业绩不佳的旅游股，股价估值应该是多少？投资者应该在什么时点进入？

这个问题涉及到概率论、运筹学、心理学等诸多学科，并非一篇千字文所能说清楚，但是投资者应该明白，现在买入旅游股的大资金、小资金都是在等待未来复苏性利好的出现，所以在这之前的涨涨跌跌都是投资者依据概率的变化在进行博弈，故投资者在确切的利好出台前切不可过度追高，否则依然有被套牢的风险。