

POS机代理 走钢索的人

从网销到电销,从地推小卡片到隐秘邮件送POS机,营销手段无所不用其极的POS机代理商们,一边为支付机构代卖,一边顶着监管禁令。在巨大的分润利益诱惑下,他们剑走偏锋,带着POS机一路狂奔。

在帮支付机构开疆拓土的同时,也衍生了一系列的新问题。他们以“套现”“养卡”为宣传点,放弃审核职责,甚至直接将POS机寄给网络另一头的陌生人。夹杂着骗押金、低费率的消息,他们在混乱的市场中趁机抢走同行的客户。而在商户入网过程中,支付机构的风控体系似乎也处于“神隐”状态,对于入网的个人用户视而不见,甚至选择“甩锅”。代理商们更为肆意,向着个人用户推销POS机,传授提额养卡技巧。

广告营销肆虐

推广直言可“养卡”

“有没有人能帮我买一张春晚的票,最好是带话筒、能上台的。我好上去讲讲我做POS机的故事。”2022年末,收单支付POS机代理商赵兆(化名)发布了这样一条朋友圈。

赵兆与POS机的故事开始于2016年。在这一年,赵兆从背着包走街串巷的地推开始,逐渐与POS机结下了更深的缘分。插科打诨式的“段子”,也是赵兆为了推广POS机发出的广告,这样的内容在其朋友圈里还有很多。

代理商的主要工作,是将POS机通过各种渠道推销给商户,并可按照所激活的POS机产生的刷卡交易流水获取对应收益。赵兆入行的七年间,随着监管政策的调整,收单领域的营销模式也在不断发生变化。

北京商报记者了解到,电话营销是个人用户接触到POS机推广的主要方式之一。通过简单介绍POS机品牌、刷卡费率以及机器费用等信息,电话客服对意向客户进行初步筛选。赵兆告诉北京商报记者,用户收到的POS机推广电话,通常并非由代理商直接拨出。这类模式被业内称作同城工单,在这一基础上又衍生了异地电销模式。

“专业电销机构通过电话获取意向客户,支付代理商以工单派送形式有偿接单,根据电销公司提供的信息联系客户并上门推广POS机。再往后,代理商大多直接以邮寄的方式向异地用户推销POS机。”赵兆解释道。

前述推广方式广撒网,能够帮助代理商在短期内获取更多客户,也成为不少代理商的选择。但赵兆不愿往虎口里探头,做这种冒险的生意。赵兆坦言,同城工单的第一步就是买卖用户信息,电销机构持有的用户数据被反复使用,在存在法律风险的同时也无法保持交易的长久性,往往带有打一枪换一炮的

欺骗性质。

无法通过快捷路径寻找客户,赵兆与更多代理商一样,在公开社交平台留下了自己的联系方式,以此积累“好友”,并不断在个人朋友圈里发布POS机的相关信息。“一旦有人传递出想要了解POS机的信号,代理商就会一拥而上,拿到联系方式后再进行进一步介绍。”赵兆指出。

北京商报记者进一步调查发现,“养卡”“套现”“费率低”“资金周转”这类标签,是代理商们朋友圈里的高频词汇。在部分代理商的朋友圈里,POS机甚至被打上了“烂账修复神器”的标签。在公开社交平台上,由于平台限制,代理商推广时多采用“稳定”“个人版”“不涨价”等话术。

还有POS机代理商的小广告,贴到了北京地区读者刘沁(化名)所在小区的电梯里,清晰地标注着“有信用卡即可办理随时刷卡到账POS机”“养卡提额就是快”等字样。据刘沁介绍,这则广告牢牢地粘贴在电梯楼层按键的左侧,每个进电梯的人都能看到。“毕竟信用卡套现是违规的,我曾尝试把它取下来但未能成功,也有邻居曾用标签挡住了联络用的二维码,但没过几天又被撕掉了。”刘沁表示。

“严格审核特约商户资质,规范受理终端管理,”这是监管机构的明确方针。按照要求,任何单位和个人不得在网上买卖POS机等受理终端。银行和支付机构应当对全部实体特约商户进行现场检查,逐一核对其受理终端的使用地点。但从现有执行情况来看,这一规定近乎于名存实亡。

切机攻防激烈

费率调整牵连多方

“不电销、不骗人、不套现”,是赵兆为自己的从业生涯定下的“三不方针”。具体而言,是不通过电话、短信等方式推广POS机,不以“免费”为噱头骗取用户押金,不通过自己的POS机直接为顾客办理套现业务。

“三不方针”的每一条,基本都指向了POS机行业的痼疾,但却也很难做到完全在监管红线内展业。赵兆表示,现有的POS机代理市场竞争太过激烈,同一支付机构代理商面向用户能提供金额不等的“价目表”,不同支付机构的代理商之间也会通过切机等办法,说服顾客使用自家POS机。

切机,在银行卡收单领域主要是指代理商主动使用另一品牌POS机替换掉用户原有的机具。在过去数年间,赵兆为多家支付机构开展过POS机推广服务。赵兆称:“代理机构变动,肯定也会把能带走的客户都带走,但受限客户使用习惯、联系方式变动等因素,这

一步也并不容易。”

有限的市场里,代理商为了追求新客户,也纷纷将目光投向了其他平台客户。这也让不少支付机构叫苦不迭,不得不通过辟谣、发布风险提示等办法,一方面是为了留住自有用户,一方面也避免用户在切机过程中被不法分子所欺骗。在北京商报记者注册的拉卡拉POS机上,开机页面即提示“拉卡拉不会要求换设备,提高警惕,谨防受骗”。

在常用的切机手段中,向用户发送原机器停用、费率上涨信息、免费更换更新款POS机等方式较为有效。其中,又以费率上涨更为引人关注。

2022年下半年以来,支付机构POS机刷卡费率上调的消息纷纷扬扬,不少代理商都在发布相应信息。代理商朋友圈的广告也多集中在POS机费率上调方面,提示用户更换刷卡费率更低的机器。赵兆指出,“对于用户而言,只要是正规的支付机构,费用自然是越低越好。当其他支付机构利率上调,大家都会抓紧推广自家代理的机器”。

有支付行业从业者告诉北京商报记者,收单领域的竞争不仅仅体现在支付机构之间,同样也集中在代理商之间。费率调整牵连支付机构、代理商以及用户等多方,对于用户而言也较为敏感。支付机构根据自身展业的实际情况进行费率调整,也要防止对存量商户造成冲击。此外,不排除在市场竞争中,有代理商杜撰涨价费率等信息,进行恶意切机。

在赵兆的朋友圈中,就发布了不少关于拉卡拉POS机涨价的消息。而对于这一情况,拉卡拉回应称,公司的刷卡费率整体一直保持平稳,目前公司整体刷卡费率还是在6%的级别。

博通资讯首席分析师王蓬博分析称,切机属于恶性竞争,不仅可能会引发市场动荡、损害行业整体形象,甚至可能让商户成为不法分子的帮凶,造成用户资金受损。而近年来,收单行业成本在逐渐增加,利率却没有增长,叠加市场需求一直存在,所以即使行业竞争激烈,但费率依然普涨。

个人入网“失守”

违规匹配交易商户

生意不好做了。

按照央行披露的数据,2022年里,联网POS机具较前一年减少了337.54万台。

但肆虐的广告营销瞄向了更广泛的个人用户群体。个人用户办理POS机套现,几乎成为了收单领域公开的秘密。

根据公开社交平台发布的信息,北京商报记者按照59元包邮的价格,毫无阻碍地从代理商李喻(化名)手中获取了一款拉卡拉POS机,并进一步实测了其激活流程。结合李喻的提示,记者以“小微商户”身份进行注册,自主选择商户类型以及名称,门头照、收银台照等店铺信息则并非是非必选项。最终,记者凭借真实个人信息和虚假商户信息,很快通过了拉卡拉的审核,注册成为单笔信用卡刷卡额度高达30万元的商户,刷卡费率为6%。

完成注册激活后,北京商报记者使用自有信用卡在该台POS机上进行了刷卡操作。但银行交易详情显示,该笔收款方为北京建伟兴盛服装店,由系统自动匹配了新的交易信息,刷卡金额在扣除手续费后即刻到达绑定账户。

在本次测试中,北京商报记者未曾遭遇被广泛诟病的免费POS机收押金的情况。但综合采访内容来看,围绕POS机产生的混战,也发生在同一支付机构的不同代理商之间。

李喻从事拉卡拉POS机代理,收取59元机器款,累计交易满5000元后可返还。而同样一款机器,在刘沁小区贴广告的代理商张华(化名)却提出需要支付299元押金,并表示其代理的POS机收费标准统一在299元至300元之间,每月刷卡2万累计12个月后返还押金。

在沟通过程中,李喻“贴心”地提供了一份提额养卡技巧,并着重建议不要在POS机上使用储蓄卡刷卡,容易被系统判定为洗钱;张华则数次强调“正规银联报

备机都有押金”“没押金不是官方产品”。

事实上,近两年来,围绕POS机押金产生的纠纷屡见报端,甚至还有大量代理商以免费为噱头,在用户不知情的情况下扣除押金。在赵兆看来,这些都是代理商为了自身的利润所使用的“小心机”,储蓄卡刷卡代理商分润少,正规产品都有押金更是无稽之谈。

谈及POS机押金,赵兆指出,“正规产品都有押金”这一说法,实际上只是代理商获取收益的话术,这也是支付机构下放权限的一部分,POS机是否会收取押金完全取决于代理商是否设置了扣除押金,这一功能的确是支付机构为代理商留出的“活口”。

“有的用户介意押金,那么代理商就能推荐无押金的机器;有的用户不在乎这笔钱,代理商自然就能获利更多。至于退押金设置的交易流水门槛,本质上是为了激励用户更多地使用POS机刷卡。”赵兆补充道。

对于向个人用户推销POS机这一问题,赵兆更是坦言,代理商求利,真实商户使用POS机的需求毕竟是有限的,POS机推广出去后具体怎么用、谁在用,并不是代理商们会考虑的问题。

北京社科院、中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏表示,信用卡套现本质上就是制造虚假交易,违规套用信用卡授信额度,这类行为脱离了金融机构的监管,很容易引发金融风险传导。

此外,针对前述拉卡拉POS机可直接注册的相关问题,3月20日,北京商报记者也向拉卡拉方面进行了采访。但拉卡拉仅回应称,公司对商户入网尤其针对代理商拓展商户入网有严格要求,严格落实商户入网实名制管理,如发现套现、诈骗及相关风险交易行为,将采取预警拦截或延缓结算等方式,保障支付及资金安全。对于部分代理商收取押金的问题,将敦促代理商在商户达标后及时返还。

扩张与混乱并行

对代理商管理不能松

赵兆从事POS机代理推广的七年,也是支付行业风云变幻的七年。监管方持续画出禁令红线,对包括POS机在内的第三方支付从严监管;五年一次的牌照续展考验,叠加市场竞争的冲击,支付行业不断洗牌。

细化到银行卡收单业务领域,POS机推广的分润机制产生了可观的获利空间,吸引更多代理商参与其中,拓展业务版图的同时也让市场更为混乱。赵兆向北京商报记者透露,高峰期自己的月收入最高能达到8万—10万元,但当前已有了较大的回落,基本稳定在2万—3万元间。

谈及收入下滑的原因,赵兆同样心知肚明。“人行门槛太低了,人一多,就乱了,”赵兆提到,“办理POS机推广的代理商也具有很大不确定性,很可能这个月在办理POS机,下个月就去推销信用卡,或是卖房去了,代理商只想赚‘快钱’,用户售后更没办法保证了。”

王鹏分析指出,从银行卡收单领域的实际运营情况来看,支付机构、代理商、用户等不同参与方,实际上都是利益相关方,均未严格执行监管要求,对于相关的违法违规行为一定程度上都处于默认状态。由此进一步助推了POS机电销、套现等行为的发生。

代理商在推广方面产生的种种问题,也将矛头指向了背后的持牌支付机构。支付机构在权限下放、获取收益的同时,也被要求对代理商、商户准入等承担对应的审核责任。北京商报记者从支付行业从业者机构处了解到,2022年下半年,已经开始有机构通过上调费率的方式对部分商户进行了约束,且调整的对象主要为无法提供真实营业信息的商户。这一操作的目的仍然是规范商户交易。

拉卡拉也在回复中提到,根据监管要求和行业规范制定了严格的代理商管理措施,要求其合规展业,并通过日常巡检及合规培训等手段规范代理商行为,一旦发现代理商有违法违规行为,会采取惩罚措施并即刻关闭其业务,要求其下架虚假宣传内容,并追究其法律责任。

对于当前个人用户通过“小微商户”身份入网的这一问题,王蓬博进一步解释道,为了满足小微商户的经营需求,监管规定商户类型既包括拥有经营场所和已办理过工商注册登记的特约商户,也包含小微商户中依据法律法规和相关监管规定免于办理工商注册登记的实体特约商户。但无营业执照的小微商户必须通过个人的身份证件,再加上他的经营场所等一些辅助的证明材料,才能发展成收单的小微商户。收单机构才可为其提供基本销售日常经营的收款服务。

“而监管机构为小微商户提供的支付便捷路径,不应该成为支付机构牟利、个人用户套现的通道。支付机构对代理商的管理也不能松懈。”王蓬博强调。

银行卡收单领域的痼疾整顿,又应该怎么做?王鹏给出如下建议:一是加大监管部门的查处力度,建立多元化的举报方式维护市场秩序;二是压实支付机构主体责任,严格规范相关规则展业,形成规范化的展业方式;三是加强对公众的宣传,强调以养卡、套现的危险。

“除了加强管理和惩治外,最根本的问题在于,如何帮助三方支付机构找到新的利润增长点,在数字化转型中胜出。”王蓬博补充道。