

强制搭售、10倍高价、维权艰难

——警惕藏在互联网保险“面具”后的“断头贷”

10日,银保监会发布《中国银保监会办公厅关于开展银行保险机构侵害消费者权益乱象整治工作的通知》,其中在互联网上强制搭售保险的行为被明确列为整治对象。

新华社记者调查发现,当前市场中仍存在不少互联网贷款平台通过强制搭售保险等方式变相收取“砍头息”,涉嫌严重违法违规。被迫投保的借款人则大都面临退保难、维权难,合法权利得不到保障。

要想把款贷,先交保费来

“不买保险就借不了钱,买了保险又不给合同,简直是强买强卖!”

日前,杭州市民孙女士投诉称,自己在“快闪卡贷”平台借款20000元,却实际只到账18040元,有1960元被平台擅自投保了上海人保的人身意外险和个人银行账户资金安全险。

类似情况不少。上海市民刘先生投诉称,9月初在“小黑鱼”平台上借款1500元,实际到账金额仅为1125元,有375元未经刘先生同意被直接扣除,名目是“购买意外团险费”。

记者了解到,今年7月,中国银保监会在《关于开展现金贷等网贷平台意外伤害保险业务自查清理的通知》中要求保险公司立即停止通过现金贷等网贷平台销售意外伤害保险业务,且明确要求“持续监测已停止合作的现金贷等网贷平台是否存在私自销售意外伤害保险的情况,如发现应立即制止”。

然而记者调查发现,市场实际情况是,已“被保险”贷款人,一次性缴纳了保费,费用无法退回,分期缴纳的,仍要按月向平台缴纳。而新增贷款业务中,仍有网贷平台强制搭售意外险或保证保险。

陕西的同先生,今年9月底在“甜橙金融”网络平台借款后发现,除利息外,自己每月还要额外支付114.58元的保费。而这费用来自网贷平台强制搭售的一笔众安保证保险。

一名业内人士向记者透露,近年来,网贷平台收费名目“花样翻新”,会员费、手续费、服务费、商城返现等手法

层出不穷。金融专家指出,这些费用本质上都属于变相“砍头息”。

有网贷平台十倍高价强制搭售保险

为何网贷平台热衷于强制搭售保险等手法呢?业内人士称,是为了能够规避法律法规及监管规则。

北京志霖律师事务所律师赵占领告诉记者,我国金融监管机构明确禁止“砍头贷”“砍头息”。另外,目前相关法律对民间借贷划定了“两线三区”,两线指24%和36%的年利率。简单来说,年利率在24%以下为司法保护区,按照法律,必须偿还相关利息;年利率超过36%为无效区,这部分利息可以不还;年利率在24%—36%之间为自然债务区,如果没还,法院不会受理出借人的追款请求,如果已经还了,法院也不会受理借款人的追回请求。

“通过收保费等形式,可以在名义上使贷款平台综合年利率低于36%。”该业内人士指出,网贷平台正是通过这种操作利率配合暴力催收的手法牟取暴利。

记者发现,不少网贷平台为谋取利益罔顾监管规则,不择手段要让贷款人“中招”。

有的网贷平台将放贷时默认投保的提示尽可能淡化,或用浅色字体,或尽量缩小字体,让贷款人不专门仔细看就很难发现。大部分网贷平台则更“简单粗暴”——要贷款必须投保交保费,否则不放款。而且这些强制搭售的保险价格都远高于正常市场价。

上海市民邵先生称,自己曾在网贷平台“惠花钱”贷款并被搭售了多份短



期意外险,涉及华泰保险和太平财险。搭售价为240元至370元一份不等的保险,市场售价每份约30元,仅为搭售价十分之一。

“这些保费一部分由保险公司收取,网贷平台也有分成。”业内人士向记者透露,一些保险公司工作人员和网贷平台联手给贷款人下套,“吃唐僧肉”。

苏宁金融研究院院长助理薛洪言指出,目前保险公司与现金贷等平台合作的模式主要有搭售意外险与履约保证保险两种模式。在他看来,保险公司通过现金贷等网贷平台销售高额保险存在变相收取“砍头息”、高利贷等问题,同时无资质的现金贷代售保险产品也涉嫌违规。

“被保险”后维权太难 监管规则有待落实细化

“我给保险公司打了无数电话,但对方就是不退款,我这找谁说理去?”

来自广东的廖女士对记者表示,“惠花钱”网贷平台在其借款时搭售给她多份华泰保险,这些保险想退不退,说理没人理。

多名“被保险”贷款人均表示“维权太难”,自己不断在保险公司和网贷平台之间被来回“踢皮球”。

记者就退保相关问题联系了华泰保险,对方以“相关业务人员均在休假或出差”为由拒绝了采访。众安保险则回复称,在监管叫停险企与现金贷等网贷平台合作开展意外伤害保险业务之前,众安保险就已经停止了与网贷平台合作意外险产品,目前已无新增业务。

“不宜将所有网贷平台出售保险都视为强制搭售保险”,中央财经大学金融法研究所所长黄震认为,区别的关键,一是综合利息含保险费后是否在36%以内,另一个则是该保险是为贷款人贷款增信还是为了高收费。“像意外险就和贷款人信用没有本质联系。”

上海财经大学现代金融研究中心副主任奚君羊指出,当前强制搭售保险行为禁而不止,重要原因在于互联网贷款平台尚未纳入严格的监管体系,法规和监管都相对滞后,监管方式和处罚手段有待进一步完善。

(据新华社)

中通涨价“抢跑” 快递同行按兵不动

随着“双11”购物节临近,快递物流企业将迎来旺季。中通快递近日宣布将从2019年11月11日起上调快递费用,在头部快递物流企业中率先涨价。10月14日,记者向申通、圆通、韵达、百世、顺丰等快递物流企业求证“是否在‘双11’期间上调快递费用”时,申通、韵达、百世三家企业均向记者表示“暂无计划”,圆通、顺丰则称“未收到相关调价通知”。

近年来,三通一达等快递公司通常会在“双11”临近前上调快递价格。2018年“双11”购物节前,中通、韵达、圆通等快递公司早在当年9月就已发出涨价通知。今年截至目前,只有中通快递发布了涨价通知,其他快递公司仍在按兵不动。

快递行业专家赵小敏表示,今年与往年不同,中通发布上调快递费用后,各方都在关注,加之现阶段快递公司对物流高

峰期的处理水平有所提升,部分快递企业原定的涨停计划或存在夭折可能。

中通快递 涨价应对行业空前压力

“快递行业进入旺季,全行业将面临空前压力和严峻挑战。”中通方面向记者表示,中通上调快递费用的出发点,是为了保持高峰期快递物流服务品质和快递客户与消费者的满意度,具体调整幅度由当地服务网点根据总部指导建议并结合各自实际情况实施。

针对快递价格是否会在“双11”后下调的问题,中通快递向记者表示,旺季之后的快递费用,需要根据市场变化的具体情况来制定。

快递物流咨询网首席顾问徐勇表示,快递和航空(机票)、酒店等服务行业类似,都是“淡季打折、旺季调价”的浮动

定价模式。随着“双11”临近,以电商快件为主的“三通一达”快递公司也将迎来运力需求的高峰期。徐勇认为,“上调派件费,可起到调节供需的作用。”

天猫市场部总监陈炳潮也向记者表示,今年“双11”购物节会是参与人数最多的“双11”,特别是三四线城市,淘宝、天猫的用户和订单增长迅猛。他指出,电商平台需要与物流行业打通上下游,才能共赢“双11”。

业内专家 调价对消费终端影响不大

根据国家邮政局公布的2019年上半年邮政行业经济运行情况,全国快递平均单价略有下降。今年上半年,快递业务平均单价为12.2元,同比下降1.6%。分省来看,浙江、安徽、河南三省的快递平均单价降幅均超过10%;宁

夏、新疆、上海、青海四个省份的快递平均单价则出现上涨。分专业看,同城、异地、国际件平均单价分别为7元、8.1元和53.6元,与去年同期相比均呈下降态势。

记者统计8月顺丰、圆通、申通、韵达四家快递公司单票收入显示,顺丰最高,达21.65元;圆通最低,仅为2.72元。顺丰单票收入同比下降7.32%,圆通单票收入同比下降16.93%。另外,韵达单票收入为3.20元,同比增长102.53%;申通单票收入为2.76元,同比下降13.48%。

赵小敏表示,从往年情况看,快递公司对快递价格的调整对消费端影响不大,个别网点可能会出现价格上涨情况,但大部分网点将保持原价甚至降价。“快递公司需要稳定市场,所以不能轻易将成本压力转移至消费端”。

(据《新京报》)