

# 揭秘！当心金融销售的“灰色地带”

随着“3·15”国际消费者权益日的到来,各领域维权行动逐渐升温。近日,上海证券报记者走访调查发现,金融消费者投诉主要集中在销售环节。不少金融机构在销售过程中存在诱导消费、渲染夸大收益、适当性义务履行不完善等诸多问题。

譬如,有投资咨询公司为了吸引股民购买投顾服务而违规荐股;有银行工作人员因告知不清,导致消费者误办了未激活仍收费的信用卡;有基金销售渠道向投资者推介风险不匹配的基金产品……看起来正规的理财产品在销售环节往往暗藏“灰色地带”,无疑加大了投资者的维权难度。

## 违规荐股

### ——警惕披着“正规持牌”外衣的骗局

股民是金融消费领域投诉、维权的主要群体,而“荐股”正是他们投诉中的高频词之一。

如今,大部分股民对不法分子以“荐股”为名实施诈骗、搞“杀猪盘”的案例多少有所耳闻,并怀有防备之心。但如果机构自称是具备合法资质的“正规军”,且还能加以查证,股民还会提高警惕吗?

来自江苏的投资者陈明华(化名),就被一张所谓的“机构牌照”给骗了。

“对方一开始提供免费诊股服务,在交了服务费后,对方承诺推荐的股票能够涨停。我一共交了26万元。”小陈告诉记者,向他收钱的公司名为“上海新兰德证券投资咨询顾问有限公司”,是一家持牌投资咨询机构。“对方把证书编号都发给我看了。”

但现实却给了小陈一记重击。“买了他们推荐的股票,80多万元本金,后来就剩下60多万元,亏了将近20万元。”小陈说,还有200多个和他有相同遭遇的受害者。“亏得最多的一个人,投了1500多万元本金进去,最后只剩下400多万元。”

实际上,多年来,证券投资咨询行业纠纷不断,乱象丛生。此前,裁判文书网公布的一则刑事判决书,揭开了老牌证券投资咨询机构上海新兰德的“套路”:4名被告人共骗得805名被害人的服务费共计2.58亿元。

此种骗局常分作多个步骤层层设套:先由“媒体部”获客引流,通过有资质的投顾在电视台、互联网讲课,吸引投资者关注。随后,由“市场部”推销体验服务,发送股票上涨的盈利图、成交记录,吸引客户购买服务。接着,“拓展部”组织建群,让客户补齐全年费

用后,把客户拉进所谓的“核心群”。再进一步,通过虚构出与“机构”合作拉升股票的计划,夸大宣传盈利前景,诱使客户支付更高额的服务费。最后,当客户缴纳高额服务费后,仍然仅发送普通的咨询信息和推荐个股服务,客户如有不满,则移交给“客服部”进行善后。

“持牌机构不能承诺收益率,此种承诺带有误导性。”上海久诚律师事务所主任许峰表示,普通投资者由于缺少必要的投资分析知识,一旦进入股市,对荐股服务就有着天然的需求,同时又有急切的获利诉求。而违规荐股不同于合规投顾,往往为了获取暴利而虚构投资决策和投资收益率,误导投资者高价购买其所谓的“服务”来获利。

## 忽视适当性

### ——基金和基民“错配”经常上演

三十来岁的小玥(化名)近日走进上海某银行营业网点咨询理财配置,很快就有一位年轻的理财经理将她带入一间办公室,言称当下震荡市场行情买“固收+”基金比较好,并给她介绍了一只“固收+”基金。但小玥了解下来发现,上述理财经理推荐的“固收+”基金产品当时虽然还在发售中,离结束募集却不到一天,且该基金经理任职年限尚不足一年,还算行业“新人”。

随后,小玥又去了多家银行咨询理财方案,结果得到的建议各不相同。

记者在走访调研中也发现,对于同一个投资者,每家银行的建议均不相同,有几家甚至没做风险测评就直接推介基金产品。

今年以来,随着市场持续下跌,基金亏损加大。据一些银行、券商渠道的人士透露,基民投诉也随之出现一定增长,有人抓着“买的时候不知道会亏这么多”等问题,前去讨要说法。有基金研究人士直言,这看似是市场调整下基民的情绪宣泄,背后暴露出的却是基金投资者在“适当性”上的执行问题。

今年初,就有包括银河证券基金研究中心等多家基金评价机构将部分基金调高了适当性风险等级。在银河证券基金研究中心总经理胡立峰看来,公募基金适当性风险定级工作遇到了越来越大的挑战,建议基金公司和基金销售机构之间达成共识,普遍、整体地把适当性风险等级提高,不应该为了方便销售而维持较低适当性的风险等级。

投资者的风险承受能力同其购买的金融产品或服务间产生“错配”,也是导致适当性纠纷的重要原因。《证券期货投资者适当性管理办法》规定,经营机构不能主动向普通投资者推介风险等级高于其风险承受能力、不符合其投资目标的产品或者服务。

然而,在互联网基金销售平台上,这种“错配”却经常上演。一位此前从未买过权益类基金的用户反馈称:他登录某互联网基金销售机构App账号后发现,在他能看到的基金页面上,跳出的第一只推介的基金产品,就超过了他的风险测评等级。直到他正式购买,并进入付款页面时,才提示他风险错配。

对此,业内人士建议称,对于通过线上方式销售的机构,可以通过系统流程设计,在投资者完成风险测评后,默认仅向其展示与之风险匹配的产品。

## 卖者尽责不能只是一纸空谈

金融机构向消费者销售适当的金融产品,要遵循“卖者尽责,买者自负”的原则。2019年11月14日,最高人民法院发布《全国法院民商事审判工作会议纪要》,对适当性义务案件中的主要裁判规则逐一予以明确,并强调适当性义务的履行是“卖者尽责”的主要内容,也是“买者自负”的前提与基础。

从风险自担到卖者尽责,并非一日之嬗变。究其原因在于,首先,金融投资具有高门槛的特点,现代金融产品结构又日趋复杂,消费者一定程度上需要依赖金融机构的告知;其次,由于信息不对称,运作不透明,部分金融机构可能利用信息优势侵害投资者权益;再者,金融机构在盈利的驱使下,销售人员可能会将业务扩展至更大范围,瞄准一些风险承受能力并不匹配的投资人群。

要保护金融消费者的合法权益,就不能让“卖者尽责”成为一纸空谈。

多位专家表示,金融消费者权益是人民利益的重要组成部分,加强金融消费者权益保护,首先应完善相关法律法规,并制定相应的实施细则;行业也应建立自律组织,充分发挥其规范行业行为、监督行业动态的作用。

卖者尽责并非卖者全责,成熟的消费者群体是市场稳健发展的根本所在。当然,金融机构作为投教工作的“主力军”,应当结合自身优势和特点,多渠道、立体式开展投资者教育活动,切实担起投资者教育的重任。(据《上海证券报》)

## “降费让利”宣传进商圈

3月15日,邮储银行平顶山市分行工作人员在市区建设路中段电子时代广场进行“支付手续费降费让利”宣传。

为积极响应行业倡议,邮储银行平顶山市分行利用“3·15”国际消费者权益日,组织人员“进企业、进园区、进商圈”进行“支付手续费降费让利”宣传活动。通过发放宣传折页、面对面讲解等形式,将通俗易懂、贴近实际的金融知识送到小微企业、个体工商户手中,有效帮助小微企业排忧解难。 时培华 摄



## 共促消费公平 共享数字金融

### 交通银行平顶山分行开展“3·15”消费者权益保护教育宣传

本报讯 为进一步做好消费者权益保护和金融教育宣传工作,提升公众风险防范意识,消除侵害消费者权益隐患,构建和谐金融生态环境,连日来,交通银行平顶山分行多渠道、多形式积极开展“3·15”国际消费者权益保护教育宣传活动。

为确保本次宣传活动取得实效,该行以营业网点为阵地,一是通过LED门楣屏为载体播放宣传内容,24小时不间断扩散式宣传。二是在大堂台席设置咨询台,网点悬挂横幅、张贴海报、摆放宣传折页,营造广泛宣传的活动氛围。三是各网点指定专人佩戴绶带,适时开展厅堂宣传,有效提升广大客户金融知识素养。

结合疫情防控工作要求,本次宣传活动积极通过“线上+线下”“集中性+阵地化”的方法,创新开展金融教育宣传,形成多角度、多形式、多渠道的矩阵式宣传效应。该行积极开展送金融知识进社区、商圈、企业等活动,实现对不同人群的精准投放。

活动中,该行加强活动督导,切实将金融知识普及工作做深、做细、做牢,将社会集中关注的热点问题,运用多样化的形式,展现并传播给广大消费者,切实提升消费者风险防范意识。(姜晓静)

## 两注体彩大乐透一等奖花落鹰城

本报讯 3月15日,从平顶山体彩分中心传来消息,我市再次中出体彩大乐透一等奖,而且是两注。自去年12月15日(大乐透第21144期)我市中出大乐透一等奖后,时隔3个月,幸运大奖再次花落鹰城。

据了解,3月14日,体彩大乐透第22027期前区开出号码“03、06、11、31、32”,后区开出号码“05、12”。当期全国共开出7注一等奖,其中,1注为1762万元(含783万元追加奖金)追加投注一等奖,6注为978万元基本投注一等奖,而6注基本投注一等奖中

有两注花落平顶山。

笔者从平顶山体彩分中心获悉,此次我市中出的两注大乐透一等奖均出自于我市新华区九矿建材厂对面的4104020044体彩实体店,中奖金额共计19578070元。该实体店代销者郑红梅表示,由于目前中奖者还未兑奖,具体票面是两张单注票还是1张单注翻倍票还不可知。此次中奖也是该实体店时隔7年第二次中出大乐透一等奖,2015年10月14日,该店曾中出大乐透一等奖532万元。(朱梦楠)