

起底坑人的理财平台广告：

100%本息担保、20%年息、稳赚不赔

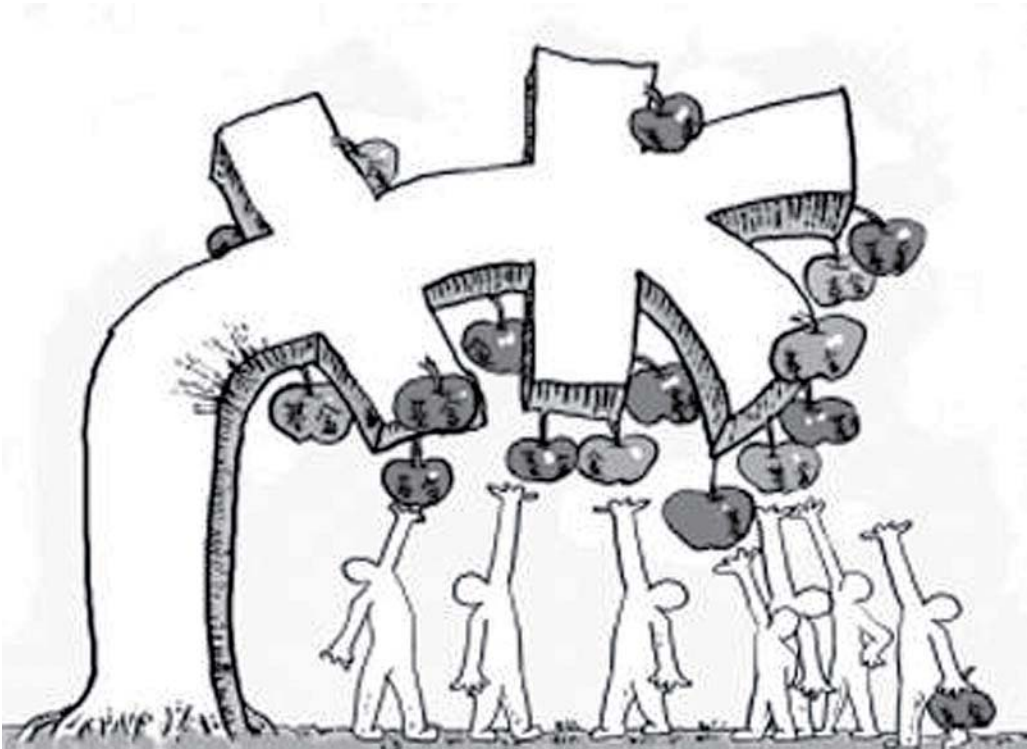
“100%本息担保”“20%年息”“银行存管资金”……看到这些理财产品的广告，你会不会心动得马上就想行动？

别急，承诺“稳赚不赔”，承诺高息，你可能已经遇到了虚假违法广告。来自国家互联网金融风险分析技术平台的监测显示，今年以来，含有虚假宣传信息的互联网金融网站数量有增加之势，2018年5月含有虚假宣传信息的互联网金融网站有3377个，比4月上升8.5%，比3月上升24%。那么，理财平台广告中到底有哪些“坑”？近期，记者在北京、上海等地进行了调查。

我国广告法明确规定，招商等有投资回报预期的商品或者服务广告，不得对未来效果，收益或者与其相关的情况作出保证性承诺。

但记者调查发现，为了打消投资者的疑虑，“稳赚不赔”成为不少理财平台的常见“话术”，这也是监管部门在类金融企业虚假广告查处中发现的主要问题之一。

例如，近日北京市工商局公布，自2015年9月起，北京信诚时代投资管理有限公司通过网站PC端、手机APP端、宣传彩页等途径对“诚信



贷”平台进行广告宣传，宣传用语中使用了“稳赚不赔、100%本金收益保障”“全网首推 即投即计息20%年息”等。

上海此前查处的案例中，也有不少是以这种高额的年化收益率来诱导投资者“上钩”。

除承诺高息外，部分理财平台还通过各种“包装术”让自己看起来更可信，让投资者更愿意“掏钱”：一是使用政府公信力“背书”；二是虚构“软实力”增加信用；三是谎称获得“国家资质”。

近年来，政府加大了对金融投资领域虚假违法广告

的整治力度。例如，2016年10月国务院办公厅印发《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，进一步明确互联网金融领域广告宣传行为；2018年2月，原国家工商总局发出关于开展互联网广告专项整治工作的通知，将金融投资类的违法广告作为监管

重点。专家还建议，需警惕严管之下的“变种”。中国人民大学法学院副院长、金融科技研究中心主任杨东透露，部分打着互联网金融幌子的理财平台，开始大规模开设装修精良的线下门店，营造“大而不倒”的公司形象，骗取投资者信任。而根据《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》，网贷中介机构不能采取线下发展客户的方式。

业内人士认为，广告只是一种表现形式，更重要的还是要从源头端做好准入资质把控，形成金融、工商、公安等多部门联防联控的格局。

杨东表示，需加大对线上线下所谓“理财”“财富管理”等企业的准入审核和监管力度，严厉打击涉嫌非法集资、集资诈骗、庞氏骗局，以及无牌照从事金融业务、超范围经营、虚假广告宣传等行为，同时要对消费者充分揭示风险。

记者发现，国家互联网金融安全技术专家委员会已经面向投资者上线了理财安全助手APP，可以用于个人理财查验、风险速递、平台资质核查等。

(来源：人民网)

支付巨头激战境外退税场景

暑期临近，旅游市场将迎来全年出境游高峰。银联、支付宝、微信支付等国内支付巨头也纷纷发力，瞄准了境外游市场。不过，记者关注到，银联的策略主要是推出优惠活动，而支付宝、微信支付则瞄上了出境游退税场景。在分析人士看来，银行卡支付是境外主流的支付习惯，从现阶段情况来看，银联卡在场景布局上占据先发优势，对第三方支付巨头而言，更多地可采取局部破局的方式与之竞争，即集中力量在特定区域实现领先，然后逐个突破。

支付巨头瞄上退税场景

银联国际日前宣布，境外逾2万家商户参与银联国际“全球旅行季”暑期专属优惠活动，优惠商户数量较去年增加一倍，为历年银联卡暑期优惠规模之最。

除了银联国际的优惠布局策略之外，支付宝和微信支付近期在出境游退税方面做文章。腾讯6月20日宣布推出海外实时退税服务——腾讯退税通小程序，目前已覆盖韩国、德国、意大利等26个国家和地区，并且支持在全球77个机场实时退税。

据悉，目前腾讯退税通小程序提供机场实时退税、回国退税等服务。如果游客在机场实时退税，腾讯退税通小程序已通过与Global Blue等退税公司合作，支持19个国家77个国际机场实时退税；如果回国退税，退税通公众号与全球10家退税公司合作实现回国退税服务，覆盖德国、意大利、西班牙、葡萄牙、韩国、希腊等26个国家。

支付宝方面，记者注意到，在今年端午节之前，支付宝退税服务已经覆盖了全球29个国家和地区，全球所有能提供退税的国家中，有70%已经为了服务中国游客，开通了支付宝退税。据了解，支付宝退税最主要的方式就是在机场退税，欧洲目前有14个主流机场支持，亚洲也有3个。具体操作上，游客要找到退税柜台，根据工作人员指导填写退税单并盖章。游客把自己的支付宝账号填上后，工作人员在后台录入，税金就会当场退到本人的支付宝账户，而且退的是人民币省去了换汇的麻烦，支付宝也不收取任何手续费。

欲借退税“痛点”突围

在分析人士看来，跟着中国游客出海的香饽饽，腾讯和阿里都想拿下。其中，退税功能因为和消费、直接返现相关联，并且程序较繁琐，不少游客语言不通等问题，堪称出境游的刚需和痛点。

国际购物退税服务商环球蓝联曾发布的《2013年中

国出境游客购物消费数据报告》显示，当年，中国消费者退税购物金额达到了30亿欧元（约合224亿元人民币），居全球第一。但调查显示，部分游客购买退税商品后没拿退税单，或拿了但没有成功办理退税，导致不少退税金无人领取。

苏宁金融研究院互联网金融中心主任薛洪言表示，出境游退税集刚需和痛点于一身，开展退税服务对于提高支付工具的黏性具有直接效果。

中国支付网创始人刘刚表示，出境购物退税是出境消费的刚需场景，之前主要是采用信用卡方式，也有现金和支票方式，都有各种痛点，由此被支付宝和微信支付瞄上，确实便利了人们购物，同时也为支付宝、微信带来更多用户。

不过，薛洪言也指出，出境退税服务要想发挥效果，还需要两个前提条件，一是进一步提升退税服务的体验，机场排队和单据填写是退税体验的痛点，不解决这两个问题，试点意义不大；二是支付场景问题，若支付工

具不能广泛覆盖主流的购物场景，意味着出境游客仍然需要走传统的退税程序，则试点意义不大。

银联仍占优势

目前，发力境外支付的主力是银联、支付宝、微信支付三大巨头，在分析人士看来，目前三家布局策略各不相同，银联在海外主要还是以发卡和扩大商户覆盖面为重点，支付宝、微信支付则采取抓住痛点和需求点逐步击破的策略。

来自银联方面的数据显示，目前，48个国家和地区已经发行了银联卡，其中中国境外发行了近1亿张银联卡。境外消费者正在本地日常消费及国际出行中频繁使用银联卡。2017年，境外发行的银联卡交易量同比增速近40%。腾讯金融科技副总裁陈起儒介绍，腾讯在跨境支付拓展方面，有两条线，一条线是跟随中国人出境旅行的发展路径，比如说在东南亚、欧美，已经支持20多个国家和地区使用微信支付；另一方面，也在中国香港和马来

西亚申请了当地的支付牌照。因为这两个地区是海外用户量比较高的地区，会以配套模式向中国香港、马来西亚的当地用户提供便利服务。

对此，刘刚表示，银联在海外主要还是以发卡和扩大商户覆盖面为重点，支付宝和微信支付主要是以App为载体，会涉及到当地的监管体系是否允许类似的清算方式，而支付宝相对于微信又更纯粹一些，还可以单纯输出技术与当地公司合作，微信支付更多会依赖微信在当地的普及程度。

在薛洪言看来，从银联卡、支付宝、微信支付三个支付工具的普及度来看，基本都可以实现对出境游用户的全面覆盖，所以，三方角力的重点在于境外支付场景上。银行卡支付是境外主流的支付习惯，从现阶段情况来看，银联卡在场景布局上也占据先发优势，对第三方支付巨头而言，更多可采取局部破局的方式与之竞争，即集中力量在特定区域实现领先，然后逐个突破。

(来源：北京商报)