



“连心贷”“百岁贷” “三胎贷”“墓地贷”

“奇葩”贷款 大揭秘

“彩礼贷”“墓地贷”“连心贷”“地摊贷”“公鸡贷”……当今社会经济高速发展，消费项目日渐丰富，然而很多时候，消费者的经济能力可能不足以支撑所有消费，这时，各类贷款便以其方便快捷的特点广泛地出现在人们的视野当中。

这些贷款虽然可以暂时缓解资金压力，但也有一定风险，尤其是选择不当或是遇上贷款骗局，风险就会扩大。

近年来，金融机构个人贷款业务快速发展。2022年新增居民户贷款规模虽有所下降，但整体来看，个人贷款规模增长依然保持稳健。银保监会披露的数据显示，2022年前三季度，银行业消费投诉中，涉及个人贷款类业务投诉量为74605件，占投诉总量的31.98%。

1 五花八门的“网贷”，实际是电信诈骗

近日，奉化方桥街道的张女士收到一条关于“微粒贷”的短信，因自己最近资金紧张急需钱，她便申请了贷款，但还未发起提现就借款成功。张女士觉得不对劲，便联系了客服，并按照客服的指示下载了“企业通讯”APP。该APP里的“金融客服”称张女士“卡号填写错误”，需要提交保证金才能解锁。与此同时，对方还出示了附有公章的“银保监会的警告函”。张女士一看慌了，便立马将保证金转了过去。随后，“客服”又以各种理由诱导她多次转账，张女士共计被骗人民币137500元。

另一名女士也有类似的遭遇。3月5日下午，这名女士接到一通陌生电话，对方准确地报出了她的姓名、身份证号等个人信息，称她在某网贷平台开通了高额贷款额度，如果不及时间关闭，可能产生信贷隐患，影响个人征信。该女士信以为真，询问如何操作，假客服要求其下载一款APP，开启屏幕共享功能，便于后续“指导”。随后，假客服逐步引导该女士下载了多家网贷平台，申请并提取了平台贷款，再利用屏幕共享盗取了该女士的银行卡号、密码和验证码，转走了款项。由于操作过程紧凑，该女士以

为关闭贷款额度流程复杂，来不及深入思考，在假客服一步步引导下掉入了诈骗陷阱。

其间，该女士还接到网贷平台来电，但假客服均以接听电话会造成操作失败为由，指示她拒绝接听。在挂断假客服来电后，该女士方才接听电话，被网贷平台告知其刚刚申请了平台贷款。此时，该女士意识到自己被骗，累计损失资金超10万元。

银行业人士提醒：切勿随意下载陌生APP，凡是在放款前以交纳“手续费、保证金”等费用为由要求转账汇款的，都是诈骗！

2 “连心贷”“百岁贷”“接力贷”，实质是房贷

近期，“百岁贷”“接力贷”“连心贷”等颇为博人眼球的贷款产品接连被推上热搜。

2月中旬，包括宁波在内的多个城市纷纷提高贷款年龄上限，南宁更是推出子女作为共同借款人最长可贷至100岁的“百岁贷”“接力贷”。后又有未婚情侣无需任何关系证明即可申请的“连心贷”，该话题再度冲上热搜。

记者了解到，“接力贷”是指为延长贷款期限或增强还款能力，借款人与父母、子女中的任意一人作为共同借款人申请的

住房贷款；“连心贷”是指为明确婚前财产归属或增强还款能力，未婚男女朋友作为共有人，由双方或者一方申请的住房贷款。

“这些贷款其实就是银行推出的个人住房联名贷款业务，只是针对不同群体用了不同的说法而已。”宁波某国有银行人士指出。尽管贷款产品的名称花样百出，但无论名字怎么变，以上贷款的本质就是个人住房贷款。

业内人士指出，申请“接力贷”或者“连心贷”不代表更容易贷款，贷款人同样要按照银行的审批程序，审核信用状况，

满足银行对个人住房贷款的准入标准才能申请到贷款。

易居研究院研究总监严跃进认为，“连心贷”“百岁贷”有相似性，其都涉及房贷偿还存在多个还款人的情况。房贷产品是需要积极创新的，但创新是需要有一个最基本的原则和前提的，即相关产品可以覆盖尽可能多的用户。如果部分购房者有特殊需求，那完全可以按照特批的方式操作，没必要形成专门的一类贷款产品，这样反而可能会挤压其他一些合理的房贷需求。

3 “三胎贷”“墓地贷”，都是变相消费贷

养不起孩子，可以“三胎贷”买奶粉；结婚需要彩礼，“彩礼贷”登场；买墓地，也可以“墓地贷”按揭。近年来各种奇葩贷款轮番进入大众视野，可谓婚丧嫁娶一切皆可“贷”，但这些贷款产品在吸引大众眼球的同时，也备受争议。诸如“彩礼贷”“墓地贷”等问世不多时，就被紧急叫停。

业内人士指出，“三胎贷”“彩礼贷”“墓地贷”等多个贷款产品，究其实质都是消费信贷

产品，属于信用贷款的一种。

有金融分析师指出，部分贷款产品的噱头大于实际产品属性，只不过是吸引眼球的一种营销方式。对于这种特色消费信贷产品，银行在设计此类贷款时应从市场需求出发，注重普惠性质，遵守金融营销宣传的相关规范，以高质量服务赢得市场口碑。

“市场上出现各类奇葩消费信贷产品，实际是变相的消

费贷，这种无抵押或者弱抵押贷款，银行往往难以掌握其实际用途，对银行来说也存在较大风险，这不符合银行机构的合规审慎经营原则。所以对这类特色消费信贷产品，应全面理性地看。”业内人士提醒，客户应根据自身还款能力选择信贷产品，金融机构更需抱着审慎的原则对客户合理授信，不得诱导金融消费者盲目借贷、过度超前消费。 记者 周雁

以案说险：“代理退保”莫轻信

近年来，保险市场上逐渐出现以营利为目的的“代理退保”组织(个人)。在利益驱使下，“代理退保”组织(个人)通过各种网络平台发布所谓的帮助维权信息，欺骗消费者缴纳“代理费”。他们通常利用消费者的知识盲区骗取信任，让消费者不仅经济上遭受损失，而且失去应有的保障。

2020年5月，孙先生投保某重疾险，保额20万元。2022年9月，孙先生

无意间看到“代理退保”的宣传广告，当时抱着尝试的心理，与对方取得了联系。对方自称是专业法律工作者，对保险产品也有深入研究，孙先生购买的保单不好，价值和意义不大。孙先生在其怂恿下，向其提供了自己的个人信息，并签订所谓的代理协议，还支付部分定金。

平安人寿温馨提醒：“代理退保”组织(个人)的目的是赚取代理费，有的代

理费高达30%-50%，即使最后退保成功，大部分资金却进入了“代理退保”组织(个人)的口袋，对于消费者来说，不仅资金上有损失，而且还造成消费者保障的缺失，到真正需要时再无保障。

宁波银保监局温馨提醒：“代理退保”组织(个人)往往以“代理”的名义收集消费者的姓名、年龄、电话、身份证号码、银行卡账号等个人信息。当退保完成后，个人信息还存在被倒卖的可能，

会对消费者个人正常生活带来隐患。

记者 徐文燕
通讯员 余晓波 聂志刚

