

“车抵贷”异化 “现金贷”现身

一笔“糊涂贷”： 利息直逼本金

来自山东莱芜的李明(化名),至今仍对2025年2月的异地“车抵贷”经历耿耿于怀。

当时因短期资金周转需求,李明经朋友介绍认识了当地一名贷款中介,因对方称可办理低息车抵贷,很快他便前往济南完成线下办理。未承想,正是这一趟让他踏入了一场多方设计的融资套路。

李明称,向其介绍业务的贷款中介为山东仲汇商务信息咨询有限公司(以下简称“山东仲汇商务”),中呈银信(济南)信息科技有限公司(以下简称“中呈银信”),相关工作人员引导其签署了授权电子委托协议、融资信息咨询服务合同、委托管理服务协议、车辆融资租赁合同、汽车抵押合同、客户数据查询授权书等多份合同,其中,与其签署融资租赁合同的为智博融资租赁(深圳)有限公司(以下简称“智博融资租赁”)。

“因为线下很多流程都是对方给我代操作,我自己也急需用钱,稀里糊涂就办完了。之前对方一直跟我说车抵贷,押本不押车,贷完后才知道是融资租赁。”李明向北京商报记者讲述,他在还款半年时发现利息畸高后向对方客服咨询,才知道是融资租赁。

从合同来看,该交易类型并非车抵贷,而是“融资租赁售后回租”,其中包括租赁车辆的买卖合同和租赁条款。也就是说,出租人(智博融资租赁)根据承租人(李明)融资兼融物的需求,购买其拥有完整所有权的车辆并出租给承租人使用,由承租人按照本合同约定向出租人支付租金和其他款项。

车抵贷和售后回租,对于消费者最大的区别是什么?两者混淆背后隐藏着哪些风险?

北京市中闻律师事务所律师李亚告诉北京商报记者,售后回租是“卖车再租车”,所有权先转移,之后可能回归;车抵贷是“押车借钱”,所有权始终不变,仅增设担保。两者都是融资方式,但本质区别在于是否存在真实的“融物”需求与“所有权转移”事实。当售后回租异化为“只融资、不融物”时,即构成变相车抵贷,砍头息、高利贷等违法、违规行为也将

申请3.5万元实际到手3.15万元;三年还款超5.3万元,利息直逼本金;放款即扣GPS费、无服务却收咨询费,多家机构分工加价……近日,多地消费者向北京商报记者反映陷入“车抵贷”收费陷阱,背后是部分机构借融资租赁“外衣”规避监管,线下贷款中介、融资租赁公司、信贷服务商等多方合谋抬升融资成本的行业乱象。本应依托抵押物实现贷款的车抵贷,在环环相扣的利益链条中,变成“有抵押物的现金贷”。即便银行、持牌消金公司等正规机构加速布局,但行业仍滋生出更多隐藏套路,消费者的知情权、公平交易权屡遭侵犯,这场围绕汽车的融资收割,亟待进一步的穿透式监管,规范行业边界。

会随着金融产品异化层出不穷。该行为不仅违反监管规定,更从知情权、公平交易等方面,侵犯消费者的合法权益。

更大的问题还在于放款后的各类扣款和畸高收费。李明告诉北京商报记者,申请的35000元还没捧热乎,很快就被扣款3500元,从其提供的明细来看,该交易由“快钱支付-上海合墨数据科技有限公司”(以下简称“合墨数据”)操作,对方账户为上xxx数据科技有限公司。李明事后询问贷款中介得知,这一笔费用为GPS安装费。

李明称,其计息基数仍按35000元计算,分36期偿还,根据车辆融资租赁合同来看,每月租金1373.15元;另据他提供的融资租赁(售后回租)确认申明单,其前33期每月租金1373.15元,最后三期降为439.82元,除了租金外,李明的还款金额中,前5期、第6期至第12期还要每月分别支付864.5元、374.5元的咨询费。综合来看,李明“贷款”到账31500元,但3年需还租金总计46633.39元,咨询费6944元,总计需还款53577.39元,仅“息费”就达2.2万元,而这一收费水平,远超法律规定的利率范围。

根据李明提供的扣款截图来看,该“租金”交易机构为“通联支付-智博融资租赁”,而合计6944元的咨询费则为“快钱支付-合墨



数据”,李明认为,他从未获得任何相关咨询服务,该费用实为变相抬高融资成本。就相关问题,他向多方公司质疑并寻求解决方案,但均无果。

隐蔽套路： 从未提及“融资租赁”

李明这一遭遇并非个例。另一消费者也向北京商报记者提到了类似经历,其此前在支付宝申请车贷后,由辉煌国际融资租赁(天津)公司当地工作人员线下办理,到手本金108000元,分36期还款,当即便被收取数千元服务费。此后每月还款中,除了4157.69元的租金外,还有1080元的咨询费,交易账户同样为合墨数据,交易渠道为汇元银通(北京)在线支付技术有限公司。

目前,此类车抵贷相关纠纷案例并不少见,北京商报记者注意到,在黑猫投诉平台上,类似乱扣费、利率不透明、多方推诿等问题屡屡发生,有消费者提到,其在2025年通过易鑫集团办理汽车分期,业务员全程明确表示“汽车抵押贷款”“押绿本贷款”,从未提及“融资租赁”四个字,但直至逾期被催收,该用户才发现合同小字签的是《融资租赁合同》,

车辆所有权登记在易鑫集团名下。

针对李明所述,北京商报记者向山东仲汇商务、中呈银信、合墨数据、智博融资租赁、辉煌国际融资租赁、通联支付、快钱支付、汇元银通等十余家公司进行求证采访。

其中,合墨数据回复称,针对消费者反映的通过中介推荐办理业务却签署融资租赁协议的情况以及“未明确告知真实年化利率及第三方扣费”等问题,合墨数据始终坚持“明码标价、充分告知”原则。根据业务流程,所有费用明细及利率信息均需在电子合同中明确列示,且需消费者完成实名认证及意愿确认后才能推进交易。

同时合墨数据已启动全面自查,重点排查电子合同模板的合规性、费用披露的完整性,确保所有通过合墨数据系统生成的合同均符合监管要求,坚决杜绝强行搭售、变相收费等行为。另外,多家支付公司也提到,对于合作商户,公司建立了严格的准入及持续管理机制,持续加强合作商户的日常合规管控,确保各项业务依法合规开展。

值得一提的是,采访函发出仅仅数小时,李明便接到包括合墨数据、智博融资租赁以及贷款中介等多方的主动联系,与智博融资租赁签署和解协议后,一家名为北海承睿高

科技服务有限公司的机构,与山东仲汇商务、中呈银信向李明发起了多项退款。

利益链条： 融资租赁成高利“遮羞布”

业内认为,李明的经历,是线下个人中介、贷款中介公司、融资租赁公司、扣费机构等多方“协作”的结果,而融资租赁,正是各方规避监管、违规收费的核心手段。

这条利益链条中,各家权责明确、各取其所,成本则全由消费者承担。其中,个人贷款中介作为流量入口,介绍客户即可赚取佣金;贷款中介公司作为线下操作方,负责引导签约,简化合同流程;融资租赁作为名义主体及放款方,提供资金并披上“合规外衣”;扣费主体则划扣隐性费用,推高融资成本。

正如李亚指出,从操作流程上来看,存在获客方、资金方、通道方、支付方、服务方等各主体参与。这一链条的本质是,以“融资租赁”为法律形式,以“车辆抵押”为风控假象,以“多方分工”为风险隔离,最终实现的仍是现金贷的传统模式。他指出,各参与方看似分工明确、风险隔离,实则构成共同侵权。

“该模式以融资租赁为名,行高息放贷之实,通过砍头息、虚增咨询费等手段推高实际年化利率,本质是变相‘车抵贷’,规避监管的利率套利。”联储证券研究院副院长沈夏宜同样称,这背后暗含多方风险,一方面是利率违规,包含咨询费、服务费等综合资金成本已远超司法保护上限;另一方面,严重侵犯了消费者知情权、公平交易权及自主选择权,机构利用监管盲区设计违规产品,而助贷中介为博取高佣金诱导欺诈,亟须穿透式监管,明确“名租实贷”属性,杜绝变相高利贷。

北京商报金融调查小组

图片来源:视觉中国



自动扣费成谜 大同保险经纪的“变脸神技”

监管禁令高悬,诱导性保险营销却在暗度陈仓。当消费者以为是“薅羊毛”的福利,实则已踏入精心设计的投保陷阱。偶然的一天,王希(化名)查询了自己的银行流水,却意外发现一笔莫名的划款,指向了保险扣费。带着王希的疑惑,北京商报记者深入了解,发现这背后是一个包含了“换马甲引流+默认协议扣款”的互联网保险陷阱。这场“狡兔三窟”的博弈中,谁在操控这条看不见的扣费链?谁该为“假身份”“空保障”买单?

领福利不成反被扣费

购买任何一款保险产品,都离不开被保险人的姓名、身份证号等核心个人信息,少一样都无法完成投保。北京商报记者让王希仔细回忆,近期是否在某个平台提交过自己的姓名和身份证号。沉思片刻后,王希突然想起,不久前他曾在一个名为“长期保”的平台上填写过相关信息。

北京商报记者多方查询发现,王希口中的“长期保”,并非正规的保险平台,而是一个微信服务号。点开该服务号首页,其认证主体显示为厦门献派同森科技有限公司。

北京商报记者关注了“长期保”后,页面随即弹出一条对话消息:“感谢您的关注!您已成为【长期保】的特邀用户!最高可申请600万报销补充金!凭手机号和身份信息即可申请!点击下方,领取额度。”页面显示,免费领取福利,包括“300万重大疾病保障金”“100万交通意外保障金”。页面下方的“保险经纪服务协议”显示,提供保险经纪服务的是“大同保险经纪”。

随后,记者一步步填写了姓名、身份证号

和手机号。完成信息录入,点击醒目的“免费领取”按钮,页面瞬间被一个更诱人的“第二重好礼”覆盖,显示“恭喜您获得600万医疗保障”“大病小病都能保、赔付范围广”。该产品实际为一价格0.6元的保险,且已经填好身份证、手机号等个人信息。记者本以为保险领取过程已经结束,可点击完“为xxx投保”时,页面再次弹出,要求记者“优化”保障。页面上,“优化版”保障方案占据了视觉“C位”,赔付额度、保障范围的宣传语被放大加粗,极具吸引力。最核心信息——每月92元的保费,却被设计得格外隐蔽。

还原过程后,王希赶紧查询自己名下保单情况。但令王希疑惑的是,自己名下仅有一张自己实际付款购买的保单,保单信息显示,该保单由融盛财产保险股份有限公司(以下简称“融盛财险”)承保,保障内容包括一般住院医疗300万元和重疾住院医疗600万元。

“最开始领取的免费福利呢?”为了证实,同样领取了赠险的北京商报记者也前往官方平台金事通App进行确认,发现自己名下也没有任何包括“300万重大疾病保障”“100万交通意外保障”的赠险。

河南泽律律师事务所主任付建表示,大

同保险经纪宣传免费赠险却未履行投保义务,构成欺诈性经营,违背了诚实守信原则。“所谓的赠险不过是空头支票,最终只是让消费者徒增焦虑、消耗信任。”业内人士表示,监管部门应对此类“有宣传无履约”的营销模式予以重点关注,防止其演变为新型消费陷阱。

“狡兔三窟”的投保入口

据了解,“长期保”的认证主体为厦门献派同森科技有限公司,后者为自然人独资公司,与大同保险经纪并没有直接关系。厦门献派同森科技有限公司认证的微信服务号为何能提供大同保险经纪的投保链接,当北京商报记者想进一步了解时,却发现“长期保”已经被“封号”,相关页面显示:“该账号存在安全风险,已被停止使用。”

北京商报记者再次尝试在微信搜索“大同保险经纪”时,一个名叫“安易保”的平台引起了记者注意。几乎同样的戏码再次出现,该账号向记者发来了相似的对话消息;而链接跳转的,又是一模一样的大同保险经纪保险领取、保险升级、签约扣费页面。

不仅如此,北京商报记者还接到了一个400开头的来电,来电人员称:“帮您升级一下医保的报销比例。”记者点开对方发送的以“沅虑科技”开头的短信链接,发现这还是大同保险经纪的保险领取链接。

这一系列操作揭示了一个清晰的模式:第三方借壳引流,在其他渠道以赠险为诱饵,诱导用户进入投保流程;路径高度一致,所有入口最终都导向同一套产品页面,形成“多点

触达、统一转化”的隐蔽链条。

投保入口遍地,却没有以大同保险经纪名义开通的微信公众号和服务号,甚至还有消费者找错了“门头”。今年1月,大童保险销售服务有限公司曾发布声明表示,“近期,公司关注到市场上存在名为‘大同保险经纪’的主体,因其名称与公司核心品牌名称发音相近、字形相似,已导致部分客户产生混淆,误将其与公司视为关联主体,给客户的服务选择及市场秩序带来一定影响”。

业内人士指出:“这本质上是一种‘影子运营’模式。平台利用个体工商户等低门槛主体注册账号,规避了对保险销售资质的严格审查,同时借助社交传播实现低成本、广覆盖的获客。这种‘换马甲、跑流程’的做法,正是当前监管难点所在。”

上海市海华永泰律师事务所高级合伙人、律师孙宇昊表示,多个无直接关联的主体反复“换马甲”的做法,极大地增加了监管难度,主要体现在主体识别难、行为追踪难和责任追究难三个方面。这种操作模式实质上规避了保险经纪机构应当建立完善的业务管理制度和从业人员管理制度的合规要求,属于典型的规避监管行为,是典型的扰乱市场秩序的行为。

鱼目混珠的官网

当北京商报记者试图通过大同保险经纪官网进一步了解这家机构时,官网上的信息显示“大同经纪注册资本5000万元,是世界500强企业。”但北京商报记者并未在最新的

《财富》世界500强排行榜榜单中查询到大同保险经纪的名字。此外,大同保险经纪在官网还提到:“控股股东联想控股集团创办于1984年,2012年综合营业额2266亿元,总资产1872亿元,是世界500强企业。”

然而,根据国家企业信用信息公示系统提供的信息,大同保险经纪共有两位股东,分别是自然人刘某某和融御风险管理咨询(武汉)有限公司,并不包括联想控股股份有限公司(以下简称“联想控股”)。

北京商报记者就股权问题致函联想控股求证,联想控股表示:“公司不持有大同保险经纪的股份,对方在其官网宣称联想控股为其控股股东属于不实信息,公司会采取必要方式要求对方予以更正。”

“这些行为可能构成虚假商业宣传。”孙宇昊表示,此种虚假宣传不仅严重误导了消费者,使其基于对公司实力和背景的错误认识而选择其服务,还构成了不正当竞争,损害了其他诚信经营的同业的合法权益,破坏了公平竞争的市场环境。

北京商报记者就相关问题致函大同保险经纪、融盛财险进行采访,但截至发稿未获得回复。

北京商报金融调查小组

