

有多少App可以“轻松借钱”?

点开“滴滴出行”“去哪儿旅行”“哈啰出行”等App,显眼位置均可看到“借钱”;点开“京东”“58同城”“美颜相机”等App,显眼位置也能看到“借钱”……

“新华视点”记者近期调查发现,不少手机App存在与自身主要业务毫不相干的借贷功能,并以低息、红包等作为噱头诱导用户开户。App“借钱”满天飞,背后暗藏多重风险。

各类App都盯上“借钱”业务

部分手机App用户告诉记者,一些生活中常用的App,俨然成了“金融App”。就连平时常用的拍照、办公软件都有借款功能,经常出现鼓励用户开通借款功能的弹窗提示。

青岛市民郑显告诉记者,她平时常用的拍照App“美颜相机”,最近打开后总是有弹窗消息,提示送她一个最高88.88元的红包。点开红包后,就会进入一个“美图e钱包”的界面,里面除了提供“借钱”服务,还有“您有最高额度200000元待领取”“最高可借200000元”等极具诱惑的广告。“一款拍照软件,为啥老出现借贷广告?不理解。”郑显说。

不少公司职员告诉记者,不仅是拍照软件,常用的办公软件“WPS Office”,也出现了借钱功能,号称“低利率、无抵押,最高可贷96400元,年利率7.2%起”。

记者下载了部分常用App测试发现,不少社交、出行、生活服务类App中都有借款功能。部分App还把借款功能作为重点模块进行展示,如用于叫车服务的“滴滴出行”,其借钱功能按钮就摆在App主页,与打车、顺风车、共享单车等功能并列。在外卖应用“饿了么”上,借贷功能不仅出现在首页,而且接入的借款服务有七八种。在社交App“陌陌”上,其提供的借贷服务宣称最高额度为6万元,且“无担保、无抵押,有手机和银行卡就能申请”。

此外,还有一些App以“免费领取会员”为噱头,引导用户使用借款服务。例如某款视频App以“免费送3个月VIP会员”为由,引导用户点击广告,点击进入后则会显示“新用户领30天首期免费券”“最高可借额度200000元”等网络借贷广告。山东艺术学院大四学生孙思齐说,在视频App“爱奇艺”的应用界面内,有时会出现借贷功能的广告;平台还宣称,只要注册并完成借款,就能领取会员。

不少App在借贷服务中都注明资金来自银行及持牌放款机构。记者咨询了一款社交App的客服人员,对方表示,该App是金融机构的合作伙伴,负责接入借贷服务;推广平台本身并不提供资金,出现纠纷时需要借款者和资金提供方协商解决。



▲漫画:App“借钱”满天飞。新华社发/徐骏作

“轻松借钱”背后暗藏多重风险

社交、出行、视频等生活服务类App用户基数庞大,其中很多使用者本无强烈借贷需求;在这些App“广撒网”式宣传下,一些使用者受诱惑开通了借贷功能。

记者发现,不少平台的借款功能都以“实时审批、极速到账”为卖点,并且承诺的额度不低。几款App对开通借款功能的审核都颇为宽松,填写个人姓名、身份证号,进行人脸识别后,绑定收款银行卡就可以借钱。

部分App中的借贷功能还以低息为噱头吸引用户,但实际上却埋藏着高息的深坑。某款App宣称借款额度最高达到20万元,最低年利率只有7.2%;但当记者按照App内的要求填写完各种个人信息后,年化利率一下子涨到了23.4%。

对App借贷亟待加强监管

随着移动互联网的发展,越来越多的年轻用户开始尝试使用移动端的金融平台进行借贷。中国银行业协会发布的《中国消费金融公司发展报告(2020)》显示,对于消费金融公司而言,部分公司的“80后”“90后”客户占比达到90%以上,其中,“90后”客户占比普遍在50%左右。

相关专家认为,与专业化的银行等金融机构推出的App相比,一些常见的生活类App使用人数更多,覆盖面更广。由于使用频率很高,过度宣传借贷功能更容易让网民掉入网贷陷阱,并导致互联网金融

风险。有关部门需要对这类App加强监管,堵住由此带来的互联网金融漏洞。

中国普惠金融研究所研究员顾雷说,应持续加强对手机App开设借贷功能现象的监管。对于当前“什么App都可以放贷”的局面,要有更精准的规范和约束。比如在平台的借贷资质、用户申请门槛、推广方式等方面,都应有更明确和严格的标准,以实现App借贷业务有序、有度发展。

中关村互联网金融研究院首席研究员董希森认为,一些机构发放的个人消费贷款中并没有明确

的借贷广告,经不住诱惑,就尝试借款,数额在1万元到3万元不等;但借款后却无力偿还,影响了个人征信。

此外,借贷功能还极易侵害用户个人信息安全。国家网信办在今年5月的一次通报中指出,84款App违法违规收集个人信息,其中半数以上App都具备金融功能,这些App存在非法获取、超范围收集、过度索权等侵害个人信息的问题。

业内人士告诉记者,一些中小借贷平台上的个人信息很容易泄露。个别平台为追求利益,会把个人信息“打包”卖给第三方;只要用户在一家借贷平台上申请过借款,其他借贷平台的骚扰电话就会“蜂拥而至”。

指定使用范围,部分信贷资金存在未按指定用途使用的问题,违规流入房地产市场以及股市、债市等金融市场。相关部门应加强对平台的指导,在对用户的申请审核、贷款用途和流向的监管上更加严格。

清华大学五道口金融学院副院长田轩表示,很多普通用户具备的金融知识有限,容易被平台夸张的宣传所诱惑。行业监管部门可定期在校园、社区等场所开展金融知识的普及教育,培养更多人形成良好的金融素养,增强抵抗金融风险的意识。

(据新华社)

觅缘
幸福俱乐部
原戴碧蓉婚介升级
20年品牌 杜绝虚假
联合株洲晚报、文都婚介
299元
每周公益沙龙活动
凭教师资格证、军官证、本科学位证领取豪华大礼、公益情感咨询、感情修复、婚恋指导。
70-80年机关男士、男硕士0元派对一次
男:高升,73岁,1.65米,大学,高级工程师,退休独居,两女已成家
男:高升,58岁,1.70米,大学,政府机关,有房有车,独居,外形好
男:高升,64岁,1.73米,电力部门退休,小孩已结婚,独居
男:高升,41岁,1.72米,事业单位,帅气,家境好,有房有车
男:未婚,31岁,本科,当兵两年,事业单位,有房有车
女:未婚,30岁,1.60米,本科,事业单位,人漂亮直爽
女:未婚,28岁,本科,专业编制,漂亮,家教好,懂事
女:高升,44岁,1.58米,个体老板,小孩对方,善良有气质
女:高升,50岁,1.60米,事业编制,女孩对方,气质形象好
女:未婚,43岁,1.62米,公务员,有亲和力,孝顺
服务时间
早9:00-晚21:00
感情倾诉热线 0731-28118100
私密高端
18907332205
扫描下方二维码
地址:中心广场天双双银大厦1楼709(北京银行楼上)

下列证件声明作废

· 中泰财富湘江10栋2802房曹佳遗失株洲中泰房地产开发有限公司开具的2024916号票据(金额40000元)、2024917号票据(金额100000元)、2024918号票据(金额200000元)
· 余佳君遗失株洲巨丰实业有限公司开具的55057147号湖南增值税普通发票(金额64521.5元)、55057148号湖南增值税普通发票(金额64521.5元)

28835396
广告接待热线



▲超市将临近保质期的商品进行集中处理。记者/任远 摄

“限时特价! 原价29.5元的意大利进口巧克力饼干,现价只要5.9元!”打开电商平台搜索临期食品,各种特价信息引人注目。不少原价上百元的零食,在打上临期食品的标签后,价格“大跳水”,摇身一变成为抢手货。买的人多了,话题也跟着火起来。在微博上,临期食品的话题阅读量达到600多万,随便打开一个消息,留言评论超千条。豆瓣上,“我爱临期食品”小组创建不到一年,吸引了超过7万人。购买临期食品,这个过去被视为“捡漏”行为,如今被许多人看作理性消费、低碳环保之举。

上百元的零食打上特殊标签后,价格“大跳水”成为抢手货 临期食品:从“嫌弃”到“真香”

株洲晚报融媒体记者/任远

靠临期食品实现“零食自由”

向来精打细算过日子的“90后”王微微,正在临期食品这种省钱的消费中寻找快乐。

她打开一个专售临期食品的手机App,里面琳琅满目的商品让人兴奋:原价139元的坚果零食现在只要72元;原本59元一箱的辛拉面只卖18.1元;59.9元一箱的豆奶现在只要29.26元,折合1.2元一盒……不过,这些商品的保质期大多

只剩1至2个月。

但这丝毫没有影响王微微的兴致,她想吃吃的零食放进“购物车”。那一刻,她体会到了“零食自由”的快乐。

如今,越来越多的商家看准临期食品的商机。打开淘宝、京东,搜索临期食品,数以万计的商品信息跃然眼前,“限时特价”“临期秒杀”“清仓特卖”等关键词成为它们的“标签”。

过去“瞧不上”,现在直呼“真香”

临期食品有多火?

“像我们主推的临期牛奶,每次一挂出来,销量很快超100箱。”上述社区团购负责人表示,群友们甚至比她更积极,每隔一个月左右,就会有人在群里喊话:“上一批牛奶喝完了,什么时候再开团?”

在各大商超,当商品进入“临期秒杀”环节,预示着它很快将被抢光。“临近保质期的产品销量很不错,特别是零食区,许多品牌折扣很低,很多超市员工也会选购。”石峰区一家超市负责人表示。

红火的背后,是巨大的市场规模。日前,艾媒咨询发布的《2020年中国临期食品行业市场分析及消费者研究报告》显示,2020年中国零食行业总产值规模超过3万亿元,即使按1%的库存沉淀计算,临期食品行业市场规模也会突破300亿元。

过去,人们对临期食品有点“瞧不上”,为何现在直呼“真香”?

“从某种角度看,这是年轻人的

一种新型消费观念。”长期从事市场销售分析的吴涛表示,越来越多的消费者信奉低碳、低消耗、无浪费的理念,对他们来说,购买和食用临期食品,是对这一理念的践行。

价格优势也让临期食品受追捧。在吴涛看来,相比于保质期,消费者对于价格更加敏感。如果食品日期不同但价格没有区别,消费者肯定会选择更新鲜的。但事实上,当食品临近保质期,其价格也会随着期限变短而日益降低。“如此一来,性价比高的优势将得以显现,毕竟每类食品都有适合它的消费人群。”他说。

法律层面也加大了对临期食品的科学处置要求。今年4月29日出台的《反食品浪费法》中特别提到,食品经营者应当对临近保质期的食品分类管理,作特别标示或者集中陈列出售。购买和销售临期食品便是《反食品浪费法》的立法宗旨表现之一。

价格打折 品质会打折吗?

不过,面对临期食品,许多人仍然会有疑问:吃了安全吗? 价格打折,品质会打折吗?

市市场监管局食品流通科科长赵必成表示,在靠谱的渠道买到的包装完好、储藏得当的保质期内食品,基本可以放心食用。

根据《食品安全国家标准预包装食品标签通则》,食品的保质期是指预包装食品在标签指明的贮存条件下,保持品质的期限。在此期间内,产品适于销售,并保持标签中不必说明或已经说明的特有品质。因此,处于保质期内的临期食品在包装完好、储存得当的情况下,其风味、口感、安全性各方面都有保障,一般来说可以放心食用。否则,即使在保质期内,食品也可能变质。

“当然,‘临期’和‘过期’仅一步之遥,要尽量选择正规的销售渠道,防止个别商家恶意销售过期商品,从而影响食品安全。”赵必成表示。

记者手记

临期食品要做好“加减法”

反浪费是一种社会文化,也是一种消费文化。当人们开始反思过去一味向环境“索取”的行为,日益重视自身行为对环境的影响,不再将购买临期食品视为丢人之事,说明我们的思想正在向更加文明、环保的方向转变。认可并且身体力行反浪费,值得称道。

但真正要做好这件事,还要在两个方面下功夫。一是做加法。临期食品价格可打折,但监管和食品安全不能打折。需要根据实际情况不断完善相关法律法规,确保执行到位,为人们的新生活方式实现法治护航。二是做减法。临期食品之所以盛行,与当前食品行业产能过剩不无关系。因此要借助现代科技、管理的力量,从源头上为临期食品减量,真正做到“资源节约、环境友好”,与环境实现良好互动。

▲临期食品价格优惠。网络供图