

关于警惕过度借贷营销诱导的风险提示

当前，信用卡、小额信贷等个人消费信贷服务与各种消费场景深度绑定，一定程度上便利了生活、减轻了即时的支付压力，但消费者若频繁、叠加使用消费信贷，易引发过度负债、征信受损等风险。近年来，时有消费者投诉反映过度授信、信用卡分期手续费或违约金高、暴力催收等。此外，一些商家诱导消费者以贷款或透支方式预付费用，后因各种原因不能持续经营，导致消费者不仅无法享受本已购买的服务，还要面临还款压力和维权困难。对此，中国银保监会消费者权益保护局发布**2022年第2期消费者风险提示**，提醒消费者远离过度借贷营销陷阱，防范过度信贷风险。

一是诱导消费者办理贷款、信用卡分期等业务，侵害消费者知情权和自主选择权。警惕营销过程中混淆概念，诱导消费者使用信用贷款等行为，比如，以“优惠”等说辞包装小额信贷、信用卡分期服务；或是价格公示不透明，不明示贷款或分期服务年化利率等；还有的在支付过程中故意诱导消费者选择信贷支付方式。若消费者自我保护和风险防范意识不强，不注意阅读合同条款、授权内容等，签约授权过程比较随意，容易被诱导办理贷款、信用卡分期等业务。

二是诱导消费者超前消费。利用大数据信息和精准跟踪，一些机构挖掘用户的“消费需求”后，不顾消费者综合授信额度、还款能力、还款来源等实际情况，过度营销、诱导消费者超前消费，致使消费者出现过度信贷、负债超出个人负担能力等风险。消费者应该知道，使用消费

信贷服务后，需要依照合同约定按期偿还本金和息费，信用卡分期、信用贷款等息费未必优惠，折合年化费率计算后的综合贷款成本可能很高，过度信贷易造成过度负债。

三是诱导消费者把消费贷款用于非消费领域。诱导或默许一些消费者将信用卡、小额信贷等消费信贷资金用于非消费领域，比如买房、炒股、理财、偿还其他贷款等，扰乱了金融市场正常秩序。消费者违规将消费信贷获取的资金流向非消费领域终需承担相应后果，“以贷养贷”“以卡养卡”不可取。

四是过度收集个人信息，侵害消费者个人信息安全权。一些金融机构、互联网平台在开展相关业务或合作业务时，对消费者个人信息保护不到位，比如以默认同意、概括授权等方式获取授权；未经消费者同意或违背消费者意愿将个人信息用于信用卡业务、消费信贷业务以外的用途；不当获取消费者外部信息等。以上过度收集或使用消费者个人信息的行为，侵害消费者个人信息安全权。

针对上述问题，**中国银保监会消费者权益保护局**提醒消费者要了解消费信贷的有关政策和风险，防范过度信贷透支消费风险，提高法律意识，保护合法权益。

一、坚持量入为出消费观，合理使用信用卡、小额信贷等服务

根据自身收入水平和消费能力，做好收支筹划。合理合规使用信用卡、小额贷款等消费信贷服务，了解分期业务、贷款产品年化利率、实际费用等综合借贷成本，在不超出个人和家庭负担能力的基础上，合理

发挥消费信贷产品的消费支持作用，养成良好的消费还款习惯，树立科学理性的负债观、消费观和理财观。

二、从正规金融机构、正规渠道获取信贷服务，不把消费信贷用于非消费领域

树立负责任的借贷意识，不要无节制地超前消费和过度负债，选择正规机构办理贷款等金融服务。警惕贷款营销宣传中降低贷款门槛、隐瞒实际息费标准等手段。尤其要提高风险防范意识，不轻信非法网络借贷虚假宣传，远离不良校园贷、套路贷等掠夺性贷款侵害。不把信用卡、小额信贷等消费信贷资金用于购买房产、炒股、理财、偿还其他贷款等非消费领域。

三、提高保护个人信息安全意识

在消费过程中提高保护自身合法权益的意识。认真阅读合同条款，不随意签字授权，注意保管好个人重要证件、账号密码、验证码、人脸识别等信息。不随意委托他人签订协议、授权他人办理金融业务，避免给不法分子可乘之机。一旦发现侵害自身合法权益行为，要及时选择合法途径维权。

（来源：银保监会官方网站）