



重庆某小区

贷100万返4500元 房贷返点有点乱

“听说房贷可以返点，求联系。”上海的西米在某社交平台了解到个人住房贷款有返点的情况后，发布了这样一则帖子。发帖后，有人提醒她小心被骗，有人表示从未听说，而更多留言则来自中介员工。

所谓“房贷返点”，是银行为了争夺房贷业务而衍生出的一种促销手段。银行与地产中介机构合作，对于中介机构推荐的客户，银行按照个人按揭贷款金额的一定比例，向地产中介支付佣金。该现象多存在于二手房交易中。

”

有银行最高返点1%

记者注意到，近期购买二手房获得房贷返点的人不在少数，其中很多人选择某国有大行，返点比例在0.35%~0.6%之间。

上海的王树今年7月买了一套二手房，他在房子网签后联系到能够“返点”的某国有大行，商贷100万元，按照0.45%的比例返还了4500元。王树告诉记者：“中介不会说有贷款返点，我是通过办理贷款的工作人员成功办理的返点。”

同在上海的刘喻也是通过贷款中介进行操作，选择了这家国有大行0.35%的返点比例。在江苏购买二手房的小娜则选择了另一家国有大行，商贷975万元，返点比例同样为0.35%，最终拿到3万多元的返点金额。

据一位房地产销售代理介绍，这家很多人选择的国有大行提前还款最方便，首次还款之后可以预约次月提前还款，不限金额不限次数，且不会因提前还款而追索已支付的返点。

多位房地产销售代理表示，不同地区和不同银行的房贷返点比例均有差别，返点率在0.35%到1%之间。

曾在北京链家工作10年、现从事房产销售代理的小井透露，目前某头部城商行返点比例较高，可以给到1%，其他银行要么没有返点，要么是千分之几的比例。

“不能通过小绿（链家）和小黄（我爱我家）这些大中介，他们管得比较严。”小井表示，一般来说，返点时间以放款为准，多为放款后一个月内。此外，小井还强调，房贷返点大多存在于二手房。

房贷返点暗藏风险

不过，也有多位房产中介表示，没有操办过贷款返点的单子。而记者走访的多家银行工作人员也表示，目前房贷给不了任何返点，以前也从来没有过。

值得注意的是，无论是对于购房者还是银行，房贷返点都暗藏风险。某贷款中介人士表示，银行返点不会直接给到本人，都是给中介。而且这个事情是违规的，银行返点几乎都是通过现金，银行私下把钱给中介，至于中介怎么分配全凭自己意愿。

北京市中闻律师事务所权益合伙人张勃律师表示，房贷返点本质上属于《反不正当竞争法》第7条规定的商业贿赂行为。这种以不正当手段获取交易机会的行为，不仅扰乱市场秩序，还可能引发其他银行提起民事诉讼索赔经济损失。张勃表示，根据《消费者权益保护

据时代周报

法》第8条，消费者有权知悉贷款成本的真实构成，而中介可能隐瞒返点来源，诱导消费者选择高利率贷款或捆绑其他金融产品，导致其知情权受损。其次，返点协议通常未写入正式贷款合同，或条款模糊，存在不兑现、缩水兑现的风险，缺乏书面约束。最后，消费者维权举证的责任较严格，维权成本高。

中国地方金融研究院研究员武忠言介绍，房贷返点本质是扭曲的市场激励，其风险呈现双向传导特征。消费者容易陷入“折扣幻觉”，表面获得返现0.5%~1.2%，实际可能因经纪人引导选择非最优贷款方案，按300万元30年期贷款计算，总利息差额可达18万元~25万元。

多地禁止房贷返点

记者注意到，“房贷返点”早于10多年前就被明令叫停。

2010年初，中国银行业协会发布通知，明确自2010年1月1日起，停止以任何形式向房贷中介及其从业人员支付与所提供的服务不对称、纯粹业务介绍的“返点”费用。

此外，多地银行业协会曾出台住房按揭贷款自律公约规定，以此遏制贷款返点等现象的发生。例如，2021年1月1日，北京市银行业协会明确禁止银行向中介“返点”；2024年8月，上海市银行同业公会要求各会员单位严禁向房屋合作机构等支付佣金。

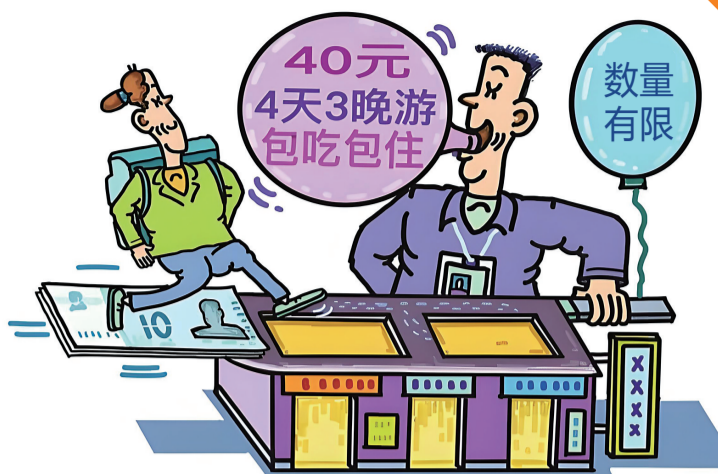
之后，黑龙江省银行业协会、安徽省银行业协会、四川省银行业协会等近年均发布过相关通知，明确不得以任何形式向房地产中介机构及其从业人员支付佣金或权益。

今年7月，宁波市银行业协会召开《宁波银行业个人住房贷款业务自律公约》推进会，重点对银行机构与房地产相关机构及其从业人员之间存在的返佣乱象进行整治。

同月，“宁夏回族自治区银行业协会”公众号发布信息称，针对个人住房贷款领域“返佣”乱象，协会主动出击，组织会员单位及房屋中介机构开展交流，剖析返佣成因、危害及治理路径。

一直以来，贴息返利都是贷款业务中常见的揽客模式，尽管近年来频繁出现在多地银行业协会的自律公约中，但仍屡禁不止。

财经作家高承远表示，唯有把返点计入银行不当费用、纳入刑法商业贿赂条款，并建立跨部门数据共享的“贷款中介黑名单”制度，才能打破这一稳态，否则运动式整治只能周而复始。



“捡漏”旅游产品 当心“缺斤少两”

“下单立减，数量有限”“全年无加价，落地0自费”“一家三口出行，酒店免费升级”……正值暑期旅游旺季，在主播们快节奏、高密度的营销话术带动下，不少游客选择在平台直播间订购旅游出行产品。

近日，记者在某短视频平台团购带货全国总榜看到，在排名前20位的直播间中，有一半是旅游产品。其中，既有旅游平台主导的店播，也有旅游达人带货。有商家表示，酒店、旅行线路等产品客单价高，相对应的商品交易总额十分可观。

直播间的旅游产品丰富了游客的出行选择，但是记者采访发现，一些直播间销售的旅游产品存在信息展示模糊、虚假宣传、随意加价等问题，不少消费者遇到“买得容易预约难”、服务“缺斤少两”、要求临时补差价等情况。

”

下单后发现货不对板

“中了直播间的‘福袋’，说是可以免儿童票，毫不犹豫下了单。”近日，河南洛阳的张先生打算带孩子到北戴河游玩，他在直播间看中了一款景区门票产品。主播称，只要购买成人门票，并满足一定观看时长，就有机会抽“福袋”免费获得一张儿童门票。张先生下单后顺利抽到了“福袋”。

原以为“幸运中奖”的张先生，到达景区后却在验票环节遇到了问题。验票员表示，儿童优惠门票需要至少提前1天购买，张先生购买的门票不符合使用时间要求，无法核验。

“这时我打开验票页面才发现，确实有一行小字提醒了使用时间，但主播在介绍时并没有提到这个问题。”张先生对记者说。

还有消费者表示，自己常被直播间的低价旅游产品吸引，进而“激情下单”，落实具体行程时却发现，这些旅游产品与主播的介绍根本货不对板。

江苏的叶女士曾在直播间下单了一款“749元/人，3天2晚，‘长白山+延吉’”的旅游产品。主播提到该产品会提供全景航拍服务，但叶女士实际收到的行程单上并没有此项服务。对此，旅行社客服回应称：“具体行程以我们这边为准，主播有很多，有些可能对线路不熟悉。”

业内人士表示，一些为直播定制的旅游产品往往会同时找许多主播营销，某些主播也会同时与多家旅行社合作。为提升成交总额，可能会有主播通过“低价诱饵”“夸大服务”等方式对产品进行“再包装”，吸引消费者下单。

核销订单时被要求补差价

除了虚假宣传，记者发现，还有不少消费者在核销订单时容易掉进“价格陷阱”。

近日，来自杭州的李女士在某直播间刷到一款标价2128元的“香港迪士尼门票2张+酒店住宿1晚”套餐。“算下来约等于只掏了酒店的钱，门票白送，当时感觉很划算，就下了单。”

但是让李女士没想到的是，她在找客服核销时，对方表示，根据核销时间，她需要再补3000元左右的差价。“补完差价后，竟然比我通过别的渠道订的门票和酒店还要贵。”李女士最终选择了退款。

还有消费者反映，虽然主播宣称一些产品的价格常年不加价，而且保证服务质量，但消费者下单后还是可能遇到客服以景区季节性原因、酒店变更升级等理由要求临时加价的情况。

对此，北京市易和律师事务所律师苗慧敏分析认为，旅行社通过直播间销售旅游线路时，已经明确了具体行程和价格，游客下单后视为旅游合同成立并生效。“游客在与旅行社二次预约时，预约的是出行时间，而非旅游线路的价格，因此旅行社要求游客在订单确认的价格基础上增加款项属于价格欺诈。”苗慧敏认为。

“一些旅行社可能会主张，游客如果不同意加价规则可以随时全额退款，但‘秒退款’机制不能作为价格欺诈行为的‘挡箭牌’。”苗慧敏说。

相关监管应与时俱进

中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山对记者表示，“旅游产品直播间”是直播电商平台近年来涌现出的新兴赛道，相关监管应与时俱进，如建立相应的信用评级体系，对虚假宣传、低价揽客、恶意涨价等侵害消费者权益的直播间，一经发现，须给予相应的行政处罚，并探索建立平台和行业的“黑名单”制度。

“建议平台在与主播尤其是相关机构签订协议时，应针对旅游产品特点，制定更为精细、负责任的管理规则，如明确直播间销售的旅游产品实际运营主体资质与主播宣传的主体资质必须保持一致，不留‘踢皮球’的空间，不得擅自增加产品服务费，并依照相关要求明示产品内容详情等。”孙佳山说。

苗慧敏认为，旅行社应对主播的行为负责。“消费者下单后，如果旅行社的实际服务内容并不包含主播所承诺的项目，主播和旅行社均应承担违约责任。”

消费者在直播间买旅游产品时如何避免被“套路”呢？苗慧敏提醒，首先，下单前应仔细查看平台直播间的主体资质与主播宣传的主体资质是否一致，如不一致，可能涉嫌冒用第三方资质；其次，下单前应应与主播确认行程内容，确认热门景区门票是否需要预约，如未预约成功，如何变更行程；再次，在出发前应应与旅行社完成合同内容的确认与签订，保障自身权益。

重庆商报综合工人日报、东北新闻网