

逾期记录“清零”后 贷款中介“贴上来”： 征信修复催生新一轮营销热

央行“一次性信用修复”政策落地后，在北京某互联网公司工作的李薇就接到了三位贷款中介的来电。对方的说辞大同小异：“看到您征信上的逾期记录已经清除，现在正是申请低息贷款的好时机。”元旦过后，李薇查看了自己的征信报告，两笔2021年产生的、早已还清的万元以下信用卡逾期记录已经消失。

与李薇有相似经历的人不在少数。近期社交媒体上出现很多“晒征信”的动态，分享贷款逾期记录减少甚至归零的喜悦。然而，政策影响的辐射不止于此，一些贷款中介也嗅到商机，纷纷打出“免费帮您看征信”的旗号，实际目的是推销贷款产品。面对此类营销话术，借款人需警惕其中风险。

● 本报记者 吴杨 石诗语



视觉中国图片

征信解读背后的生意经

“这次查询征信报告，我发现不超过1万块的逾期记录都清除了，现在只显示1笔。”在福州开小吃店的魏女士介绍，“我之前借网贷比较多，2021年小吃店经营不景气，出现过一些小额逾期，其实都已经还清，但征信报告上会有显示，贷款经理说会展示5年。”这些逾期记录使得她向银行申请低息贷款受到很大限制。

“在银行贷款都要看征信报告，贷款记录多、逾期多，银行就不给批贷。”魏女士说。记者了解到，有许多借款人与魏女士有着同样的烦恼，这让贷款中介看到了营销获客的机会。

“政策出台后，主动来咨询的人明显变多，很多都是先问自己的征信报告现在到底算不算‘干净’了。”在武汉从事贷款中介业务超过五年的陈经理坦言。她发现，许多客户虽然知道自己的逾期记录可能被修复，但并不清楚这对实际贷款申请究竟意味着什么，更不了解自己当前能匹配什么样的产品。

陈经理的工作微信最近收到不少客户发来的征信报告截图，她的首要服务内容就是免费解读。“这里显示为0或空白，就说明之前的逾期记录已经根据新政被移除。您现在是‘清白’的征信了。”她通常会这样开场，用通俗的语言来消除客户的理解障碍。

对于刚刚修复征信、对自身信贷能力将信将疑的群体来说，这种看似简单的解读服务至关重要，因为它能提供来自“专业人士”的肯定。“贷款逾期记录清零后，贷款各方面的限制会少很多。”陈经理说，很多客户寻求修复征

信的初衷并非是要贷款，但经过这番沟通，潜在的资金需求很容易被激发出来。

陈经理采取了更主动的策略。她会根据客户信用状况改善后的具体条件，结合银行2026年“开门红”活动的优惠政策，向客户强调现在申请贷款的紧迫性：“当下，整个审批流程相对较快，利率也有优惠。等这个阶段过去，再想审批大笔金额、低利率的贷款产品就没这么容易了。”

为促单使出“低息速贷”话术

当客户的兴趣被调动起来，对话便会迅速转向贷款中介的真正目的——获客盈利。

“只要有还款能力都可以做，最快2个小时放款。”这是近期不少人从贷款中介那里听到的极具吸引力的承诺之一。以信用修复为由头，陈经理在向记者推介贷款时表示：“像您这样有公积金、零逾期、有房子的女士，贷款需求50万元，信用贷款息可以做到2厘2，先息后本或等额本息都可以。若是先息后本，约合年化利率2.6%。”

为了加深印象，陈经理会进行一番计算：“结合您的各方面条件，我推荐的这款信用贷产品是最合适的，比很多地区的房贷利率都低。”更有甚者，会以每月仅需偿还数百元利息的案例，描绘出一幅低成本融资的美好图景。

然而，贷款中介口中的“每月仅需偿还数百元利息”，往往附着于特定的还款方式——先息后本。这意味着在贷款期限内，借款人每月只需支付利息，到期一次性归还全部本金。业内人士表示，这种还款方式虽然大幅降低了前期月供压力，却将巨大的本金偿还压力推

给了未来。

针对记者在调研中提到的装修需求，贷款中介高频推荐的另一款产品是装修贷。湖北武昌某贷款中介强调：“您不是要装修吗？这笔贷款（30万元）专款专用，利率又低，等额本息，年化利率约3%，最适合您的需求。”

除了询问征信报告的修复情况，贷款中介还会询问客户工作单位的性质、社保及住房公积金连续缴纳年限与基数、每月税后工资、名下其他贷款与信用卡负债情况。他们试图在银行复杂的风控模型之外，凭经验快速定位客户在信贷市场的“坐标”。“您的住房公积金双边每月有两千多元，基数不错，说明工作稳定。名下没有其他负债，这是很大的加分项。”贷款中介通过“耐心”解读获取客户的信任，从而进一步推荐产品，只从中获利。

记者了解到，目前市场上主流的贷款中介服务费约为贷款总额的2%至3%，且部分贷款中介承诺“放款成功后收再费”。为了打消客户顾虑，贷款中介会主动提出签订服务合同，明确费用标准与支付节点。“我们收取2个点的费用，如果贷款50万元就收1万元服务费。合同里会写清楚，只有银行把钱打到您的账户里，您才需要支付这笔费用，前期不用负担任何开支。”多位贷款中介如是介绍。

渠道幻觉与债务重组陷阱

一次性信用修复政策的本意是帮助已还款的逾期人群加快重塑个人信用，而这项惠民利民的政策却成为贷款中介揽客的由头。多位业内人士提醒，面对贷款中介精心设计的营销套路，借款人需保持一份审慎。

“贷款中介承诺的低利率最终能否在银行贷款审批系统中兑现，存在极大变数。”某股份行零售贷款业务相关负责人表示，银行会参考客户征信报告、内部风控模型，以及客户的收入负债比、职业稳定性等多个维度。

“声称在银行有特殊渠道、能拿到内部价的贷款中介，很多都是骗人的。”某国有大行北京地区贷款业务经理向记者透露，“有的贷款中介可能认识几位银行贷款经理，毕竟贷款经理有时也需要贷款中介帮助完成业绩。在这种情况下，贷款经理会帮忙申请利率下浮，但最终结果还是要依照银行系统的审批，贷款中介和贷款经理都左右不了。”

“贷款中介很少能带来真正的优质客户，他们为了盈利会帮助借款人美化资质，瞒骗银行审核。如果银行给这些客户放了款，后续一旦还不上，对贷款经理来说是个不小的麻烦。”上述国有大行北京地区贷款业务经理补充道。

此外，记者还了解到，市场上的非法贷款中介机构，往往利用个人急于删除逾期信息、重新获得贷款的心理进行虚假宣传，打着“征信洗白”“铲单”的幌子骗取钱财或者倒卖个人信息，严重侵害了金融消费者的利益。

中国人民银行征信管理局局长任咏梅表示，信用报告对个人信贷信息进行客观展示和反映，既包括按时还款的履约信息，也包括逾期信息。按照相关规定，对于客观真实的征信信息，任何人都不得随意删改。

此外，多家银行提醒，部分贷款中介打着“债务重组”等旗号，诱导消费者借新还旧或者申请高息过桥垫资。逾期尚未结清的个人要保持高度警惕，避免落入债务陷阱。

储蓄型保险走俏银行网点

银保渠道撬动险企增长新周期

● 程竹 李蕴奇

“如果有短期内用不上的钱，可以试试这款储蓄型保险。”一位银行客户经理近期向记者介绍保险产品。记者在走访多家银行网点时发现，储蓄型保险正成为银行客户经理大力推销的产品。这一现象既反映了低利率背景下，储蓄型保险提供长期锁定收益的优势，又折射出银保渠道重新崛起的趋势。

业内人士表示，上市险企在战略上高度重视银保渠道，随着头部险企进一步扩大合作银行覆盖面、推动银保合作模式深化，以及银保队伍销售能力提升，银保渠道业绩有望延续较高增长态势。

银行力推储蓄型保险

近日，在农业银行北京市大兴区某网点，银行理财经理向记者推荐了一款增额寿险。她向记者介绍，该保险是一款储蓄型保险，在首年一次性缴纳10万元保费后，保单的现金价值随保单年度增长而增加。保单利益演示表显示，保单现金价值在第四年增至10.72万元，折算年化单利为1.79%。此后十几年里，保单现金价值呈现加速增长趋势，折算年化单利最高可达2.2%。

业内人士介绍，储蓄型保险指的是兼具保障和储蓄功能的保险，除了能为被保险人提供保障功能外，保险公司还将在保单期满、被保险人身故等约定时间点按合同返还现金价值。而保单现金价值指的是在储蓄型保险中，保险公司为投保人积累的资金价值，也可以理解为被保险人在退保或部分领取时能够从保险公司获得的实际金额。

事实上，近期记者在走访银行网点时，已有多位客户经理向记者推荐了带有储蓄功能的保险产品，包括增额寿险、护理险、分红险等。客户经理推荐的核心卖点在于，存款利率不断下调，部分长期限定期存款、大额存款也已下架，储蓄型保险能够锁定长期收益，利率也有一定的优势。

中部地区某银行客户经理小新告诉记者，该行2026年“开门红”活动下达了代销保险的任务，并且在考核体系中占比不低。作为新入职的客户经理，她的任务是本月至少做成一单。近期，她一直在储备意向客户，邀约客户参加活动，以增加客户黏性。

银保渠道驱动险企业务增长

银行客户经理热衷于推销保险，折射出银保渠道正成为保险行业增长的重要引擎。业内人士表示，银行除了具有广泛的网点覆盖和深厚的客户信任优势，还通过代销储蓄型保险产品满足客户的长期稳健增值需求。未来，随着头部险企进一步扩大合作银行覆盖面、推动银保合作模式深化以及银保队伍销售能力提升，银保渠道业务收入有望延续较高增长态势。

中金公司研究部保险行业首席分析师毛晴晴认为，储蓄型保险产品和银行存款都具有保值增值的储蓄功能。二者不同之处在于，储蓄型保险能够在牺牲流动性的前提下，给予投保人更长期的保证收益。在低利率环境下，居民通过牺牲流动性换取收益确定性的意愿较强，储蓄型保险的吸引力凸显。

国泰海通证券非银金融首席分析师刘欣琦表示，预计2026年寿险新业务价值（NBV）将延续增长，银保渠道是核心增长驱动；头部险企将把握储蓄需求，实行积极的业务策略，特别是注重银保渠道开拓。险企的银保合作网点增长空间仍然广阔，看好银保渠道为2026年险企价值增长提供显著贡献。

向服务客户需求转型

中信建投证券非银及金融科技首席分析师赵然认为，在银保渠道深入实施“银保合一”，银行网点与保险公司合作不得超过3家的限制被取消之后，银保合作持续回归本源。银行可以同时销售更多保险公司的产品，并且各家保险公司提供的费率差异大幅减少，银保合作就会更加聚焦客户需求。在此背景下，银保渠道竞争态势将从简单的费用战、产品战全面升级为专业能力战和综合服务战。这种竞争升级将推动银保渠道从粗放式增长向精细化运营转变，从产品驱动向服务驱动转型。

赵然建议，在以客户为中心的银保生态中，保险公司需面向银行渠道打造定制化的全流程赋能体系，共同经营客户长期信任。首先，围绕银行客户需求不断丰富银保产品品类，并基于合作银行重点客群特征打造定制化的银行保险产品体系。其次，打造银保专业化服务队伍，提供全面支持赋能。保险公司应向银行理财经理队伍提供多方位的赋能支持，包括客户销售线索分析支持、专项培训支持、营销活动支持、荣誉体系支持等。另外，保险公司应充分发挥在“大健康+大养老”生态圈建设上的先发优势，积极推进生态资源互补，分层赋能银行构建康养服务生态。

银行积存金业务热度不减 部分银行上调准入门槛

● 本报记者 薛瑾

近日，工商银行发布公告称，自1月12日起，将个人积存金业务风险准入等級上调至C3（平衡型）及以上。此前，考虑到市场波动情况、投资者保护和产品风险属性等因素，多家银行已上调评级准入门槛，达不到门槛的低风险投资者无法办理相关业务，根据客户风险偏好严把入口。业内人士预计，随着金价波动持续，未来会有更多银行跟进上调积存金投资准入门槛，有关积存金业务的风控举措也将持续升级。

“趁着前两天金价稍微回调，我以980元/克出头的价格买入了几克积存金。今天打开银行App一看，已经有浮盈了。”来自北京的“95后”投资者小林告诉记者。

黄金投资热度不减，近期一些银行还推出了费率优惠活动。比如，南京银行2026年一季度积存金交易手续费在原有优惠费率基础上打八折。

有活期积存、定期积存、黄金定投等多种投资方式。活期积存可以看成是存在银行可灵活买卖的黄金，1克起购买卖灵活，还可兑换实物黄金。定期积存是存在银行可以“生金”的黄金，2克起购，多期限选择，可以随时转活期。此外，客户还可以进行黄金定投，以“懒人”模式轻松积攒黄金份额，定投周期可以灵活选择。

上述特性让积存金成为大众投资黄金的一大便利工具。记者从多位银行业业内人士处了解到，自2024年金市开启新一轮升浪以来，积存金业务持续升温，特别是很多年轻人加入了黄金投资的行列。

“趁着前两天金价稍微回调，我以980元/克出头的价格买入了几克积存金。今天打开银行App一看，已经有浮盈了。”来自北京的“95后”投资者小林告诉记者。

黄金投资热度不减，近期一些银行还推出了费率优惠活动。比如，南京银行2026年一季度积存金交易手续费在原有优惠费率基础上打八折。

工商银行提高准入门槛

随着积存金业务走俏和金价波动

加剧，一些银行在风险控制和投资者适当性管理等方面推出了更为精细化的举措。

工商银行在近日发布的关于个人客户积存金业务调整风险测评等级准入要求的公告中表示：“鉴于近期影响市场不稳定的因素较多，为进一步保护个人投资者权益，我行将对个人客户积存金业务风险承受能力等级进行调整。”

具体来看，自1月12日起，个人客户办理积存业务的开户、主动积存或新增定投计划，需通过工商银行营业网点、网上银行或工商银行App等渠道，按该行统一的风险测评问卷进行风险承受能力评估、取得C3—平衡型及以上的评估结果并签订积存风险揭示书。

工商银行相关人士透露，此举主要是为严把入口关。已开立积存金账户的个人客户办理赎回与实物兑换，有效期内定投计划的执行、修改和终止，账户注销等不受影响。

做好投资者适当性管理

记者了解到，银行一般把投资者划分为保守型（谨慎型）、稳健型、平衡型、

进取型、激进型五种类型。2025年，多家银行已经宣布提高积存金投资准入门槛。目前，包括建设银行、交通银行、邮储银行、中信银行、宁波银行在内的多家国有大行、股份行和部分城商行对积存金投资的风险门槛，都设置在了平衡型或平衡型以上。

业内人士认为，这既是银行响应监管要求、强化投资者适当性管理的体现，也是对当前贵金属市场高波动风险的主动应对，上调门槛可以“过滤”掉风险承受力较弱的投资者，避免投资者盲目追涨后，因波动大遭受自身难以接受的损失，预计后续将有更多银行跟进上调积存金风险准入等级。

“过去金价波动相对平缓，积存金更偏向储蓄替代品。但近一年来金价在历史高位宽幅震荡，使其波动性与潜在亏损风险显著放大，实质上已转变为一种中等风险的权益类投资品。”苏商银行特约研究员吴泽伟认为，银行这些举措履行了投资者适当性管理的法定义务，确保只有风险认知与承受能力相匹配的客户才能参与该项投资，从而在源头上防范因风险错配可能引发的纠纷。