

以结构性存款假结构替代保本理财？向没有还款能力的在校大学生营销信用卡？保险销售误导“保证续保”不保终身……这些问题已经成为监管关注的重点。10月10日，银保监会向银保监局，各大型银行、股份制银行、邮储银行、外资银行，各保险集团（控股）公司、保险公司发布《中国银保监会办公厅关于开展银行保险机构侵害消费者权益乱象整治工作的通知》（以下简称《通知》），决定组织银行业保险业开展侵害消费者权益乱象整治工作。

行业开启自查

据了解，本次整治工作以银行保险机构自查为主，监管部门适时开展督导和抽查。银行保险机构对机构自查和监管抽查发现的问题要逐一建档立案，严格自查自纠，一次性问责到位。对于违反银行业保险业内部规章制度的问题，要依规处理；对于违反银行业保险业监管法规的问题，要依法处罚；对开办的不当业务、存在的不当销售行为，要立即叫停或纠正，出现侵害消费者权益问题的要问责到人；对于涉及违法犯罪的问题，要移送司法机关惩处。对于机构自查发现并及时纠正的问题，监管部门将从轻、减轻或不予处罚。

银保监会表示，各银行保险机构要压实深化整治侵害消费者权益乱象的主体责任。董事会担负起最终责任，董事长是第一责任人，高管层担负起执行责任，监事会担负起监督责任，上级机构担负起管理责任，真正使责任落实到位，落实到人。加强顶层设计，缺什么补什么，完善产品服务管理、投诉管理、信息保护、内部考核等制度办法，强化制度的持续执行力和刚性约束力。

中国社科院保险与经济发展研究中心秘书长王向楠表示，该《通知》让银行保险机构及行业将侵犯消费者权益定位为防范和化解金融风险中的重要环节，其中提出“董事长是第一责任人”，有助于让银行以及险企把消费者权益保护当做有一定“红线”意义的大事来抓；《通知》还将“点多面广”的侵害消费者权益的行为比较清晰地分门别类，所以没有多少空间可以去利用。最终有助于推动银行保险机构及行业自觉维护消费者权益、形成与消费者共赢的经营理念。

点名银行假结构性存款

消费者权益保护一直是监管狠抓的重点，本次《通知》也分别对银行业保险业侵害消费者权益乱象的表现形式划出了重点，北京商报记者梳理后发现，在银行业侵害消费者权益乱象中，监管有意从源头抓起着重点名产品设计、营销宣传、产品销售、内部管理、与第三方机构合作五大方面共计19条内容。

在产品方面，《通知》“剑指”产品多层嵌套、结构复杂、产品说明书等销售材料信息披露不真实、不准确、不完善；结构性存款假结构，替代保本理财，或按保本产品宣传销售；理财产品预期收益区间测算不科学合理，存在诱导性表述等问题。

结构性存款曾一度被视为保本理财产品的替代，成为各大商业银行揽储“新宠”，但假结构产品层出不穷也成为让消费者头疼的事实。

对投资者来说，更不应盲目只顾高收益不顾风险。融360大数据研究院分析师刘银平提醒称，不少银行在宣传结构性存款时，给投资者传递出“风险低、期限短、利率高”的概念，让投资者忽视产品的收益风险和流动性风险。虽然目前来看，购买假结构性存款对投资者没什么坏处，但是整治之下假结构性存款将会大幅减少，当市场上都是真结构性存款时，投资者依然认为产品保本保息，很有可能会导致权益受到侵害。

同时，不当宣传和误导销售、有意针对低收入人群开展信用卡业务等行为也被点名。如过度向没有还款能力的在校大学生营销信用卡，额度管控不审慎；为资信状况不佳或已有多头授信的客户发放高额额度；过度营销分期业务也成为监管要求各类机构自查的重点。

不过，在苏宁金融研究院特约研究员何南野看来，《通知》对商业银行产品设计提出更高的要求和挑战，要求商业银行设计出更多结构清晰、收益稳定的产品。这不利于中小银行的生存发展，马太效应可能会愈发明显。何南野强调，过往很多小银行能够与大型银行竞争，主要在于理财产品收益更高，而收益高的原因之一是资金层层嵌套，投入到更为挣钱的项目，而不是简单放贷，因此往往结构也更为复杂。其次在于销售人员的保本承诺及其他误导性销售。现如今，这两项都被《通知》严加控制，这将使得中小银行的产品收益和风险保障优势不复存在，从而在与大型银行的竞争中处于不利的位置。

严查保险销售误导

进入四季度，各家险企正在冲刺年度任务达成目标以及启动“开门红”营销大战，互联网保险机构也将迎来“双11”、“双12”的营销狂欢，监管这一时段发布该《通知》，无疑对保险机构上紧了合规营销、保障消费者权益的这根弦。

在销售方面，监管列出的乱象包括存在未向消费者如实告知、披露保单信息的情况；客户信息不真实；规避保险销售可回溯管理规定等违规情况中的十余项自查行为。对此，王向楠解释称，目前市场竞争味道很浓，所以经营者可能会无意或有意地忽略了维护消费者权益，加之保险销售环节是侵害保险消费者权益的重要领域，而

就像很多企业在节假日前强调纪律一样，监管此时强调该问题是及时的。

例如，在销售部分以“保证续保”概念进行宣传的短期健康险产品，未向消费者主动充分说明产品存在整体调整产品费率或产品停售的可能，导致消费者忽视该内容进而产生纠纷。在资深保险经纪人李玉看来，该现象反映了销售人员在销售过程中，让客户对条款产生片面理解，误以为产品是终身保证续保，或者不会停售。一家寿险公司部门负责人进一步解释称，“保证续保”的意义在于，即便消费者生病理赔后也能续保，不会因此被拒保，保证续保期间，费率表也不会涨价，即使产品停售，保险公司也会遵守承诺让消费者接着续保。“目前短期健康险保证续保期限最多在5-6年，该期限过后，消费者续保时需要重新进行投保以及核保。”该负责人提醒道。