



李庚南：“美丽贷”为何并不美丽？



文/新浪财经意见领袖专栏作家 李庚南



因为一场《扫黑风暴》，让更多的人见识了“美丽贷”的丑恶；因为一道《通知》，让百姓更清楚地了解监管部门对于“美丽贷”的不忍。

10月5日，银保监会发布《关于服务煤电行业正常生产和商品市场有序流通保障经济平稳运行有关事项的通知》（下称《通知》），首次表态要坚决打击“美丽贷”“彩礼贷”之类的“伪创新”。要求银行机构大力弘扬社会主义核心价值观，不得开发违反公序良俗、助长社会陋习和不良风气的“美丽贷”“彩礼贷”“墓地贷”等消费信贷产品。《通知》不仅从合规审慎的角度重申了对金融创新的监管导向，而且从构建和谐金融生态的角

度，提出了金融创新行为向善、向美的金融文化建设要求，也有助于增强民众对各种金融伪创新、金融骗局的辨识能力。

“美丽贷”丑在何处？

“美丽贷”又称“整容贷”“美容贷”“医美贷”，是一种盛行于医疗美容领域的、典型的套路贷。其基本套路是：一些不法分子、无良美容机构利用年轻人（多为女性）爱美、贪求既高薪又轻松工作的心理，首先通过发布虚假高薪招聘广告以获客；继而以招聘岗位对外表的要求促使应聘者主动或被动接受美容，以提升颜值气质符合招聘岗位要求，并以“免费整容”“零息整容”“零首付整容”等为噱头，诱使一些应聘者为了美容而不惜借贷，在整容前签下欺诈性贷款合同；最后，玩人间蒸发，让应聘者空负一身债务，落入高利贷“陷阱”，甚至面临被暴力催收的风险，并在以卡养卡的“救赎”中越陷越深。可以说，“美丽贷”从头至尾就是不法分子精心构织的骗局。这类骗局轻则让消费者损失钱财，重则威胁到消费者的人身安全，成为社会的“毒瘤”。

谁是“美丽贷”的帮凶？

显然，“美丽贷”骗局包括一条长长的利益链，涉及求职平台、医疗美容机构、贷款提供者（平台）等主体。这些主体主动或被动成为了“美丽贷”的帮凶。

我们知道，任何产品都存在一个获客问题，而最直接、快捷的方式无

疑是广告。因此，广告平台应该是“美丽贷”骗局的入口，而医疗美容机构则是“美丽贷”骗局实施的通道。那么，谁在推销“美丽贷”？从已披露的有关“美丽贷”的真实案例看，与医疗美容机构合作的资金提供方多为小贷公司、消费金融公司及各种网贷平台，也包括一些非法放贷机构、民间高利贷等。这些机构以信用贷款或分期的方式，向“应聘者”提供贷款并将资金转入合作医院账户，为应聘者实施整容手术。

当然也不排除银行机构与助贷机构合作涉足其间的情形，银行在“美丽贷”问题上未必就是躺枪！但个人认为，在“美丽贷”“彩礼贷”“墓地贷”等伪创新中，银行涉入的深度和范围还是有所不同的。尽管《通知》将“美丽贷”与“彩礼贷”“墓地贷”并提，视为银行机构消费信贷方面的伪创新；但客观地看，“美丽贷”与“彩礼贷”“墓地贷”还是有明显区别的。“美丽贷”的操作甚至还够不上伪创新，而是不折不扣的套路贷，是纯粹的金融诈骗。可以说，“美丽贷”与此前出现的“校园贷”“裸贷”“714 高炮”等非法现金贷并无本质区别。

而“彩礼贷”“墓地贷”等多为正规银行机构发放的常规的居民消费贷款。如云南西山北银村镇银行、江苏银行、南京银行等机构均曾推出过“墓地贷”“婚庆贷”“结婚贷”等类似产品。这类贷款或并不存在明显的套路或欺诈，也不存在对借款者的直接侵害，无非是个别银行为拓展消费贷款制造的噱头。但这些营销的噱头背离了社会主义核心价值观，挑战了社会痛点，加剧了社会焦虑，触碰了社会公序良俗的底线，也偏离了金

融服务实体经济的本源，因此引起了监管部门的高度警觉，被监管部门斥为伪创新。

如何补齐“美丽贷”之类骗局的监管短板？

“美丽贷”骗局之所以泛滥于医疗美容领域，说明不法分子已经从人性、社会环境等方面进行了研究，并精心设局，——这种设计甚至成为骗子们共享的教程。反过来说，社会上必有这样一个“叫不醒”的群体，无论你怎么提示风险，都会经不住美丽的诱惑，都会前赴后继跳入“陷阱”。

正所谓“可怜之人必有可恨之处”。好逸恶劳，希望通过抖音、主播等渠道来赚快钱、赚大钱的想法恰是许多女生掉入“美丽贷”陷阱的根源之一，或咎由自取。但从管理者的角度，却不能听之任之，铲除“美丽贷”之类的“陷阱”、保护公民财产和生命安全，相关监管部门责无旁贷，这也是践行“以人民为中心”的基本要求。

一方面，应从媒体端入手，把好广告发布关口。

发布虚假广告要不要管、如何管？这是毋庸置疑的。须知，虚假广告

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27653

