



信贷给谁挖坑?

文/短笛

“城市套路深”，防不胜防，这不，近日就有媒体报道了三大通信运营商（移动、联通、电信）的“套路”：“承诺在网免费送礼品”，实际上需要用户与运营商、贷款银行签署三方合同，贷款几百元至数千元，礼品才能“免费送”。而这套路的最“坑”之处，是绝大多数用户根本不知道自己签了贷款合同，为个人征信埋下隐患。

如今某些商家鼓吹“没有需求就创造需求”的营销理念，而运营商们此番“送”礼品的套路，恰恰是双debuff（减益魔法）叠加——利诱用户，创造需求。

银行以信用立身，此次与通讯运营商合作推出“雾里看花”的“信贷”项目。事前不让客户明明白白消费，以免费送礼品作为“糖衣炮弹”，让客户一不小心被“套路”，如同行人“雾”中湿了鞋，伤及客户信用的同时，银行的信用也打了折扣。这样的“信贷”没有信用，也让银行的招牌蒙尘。

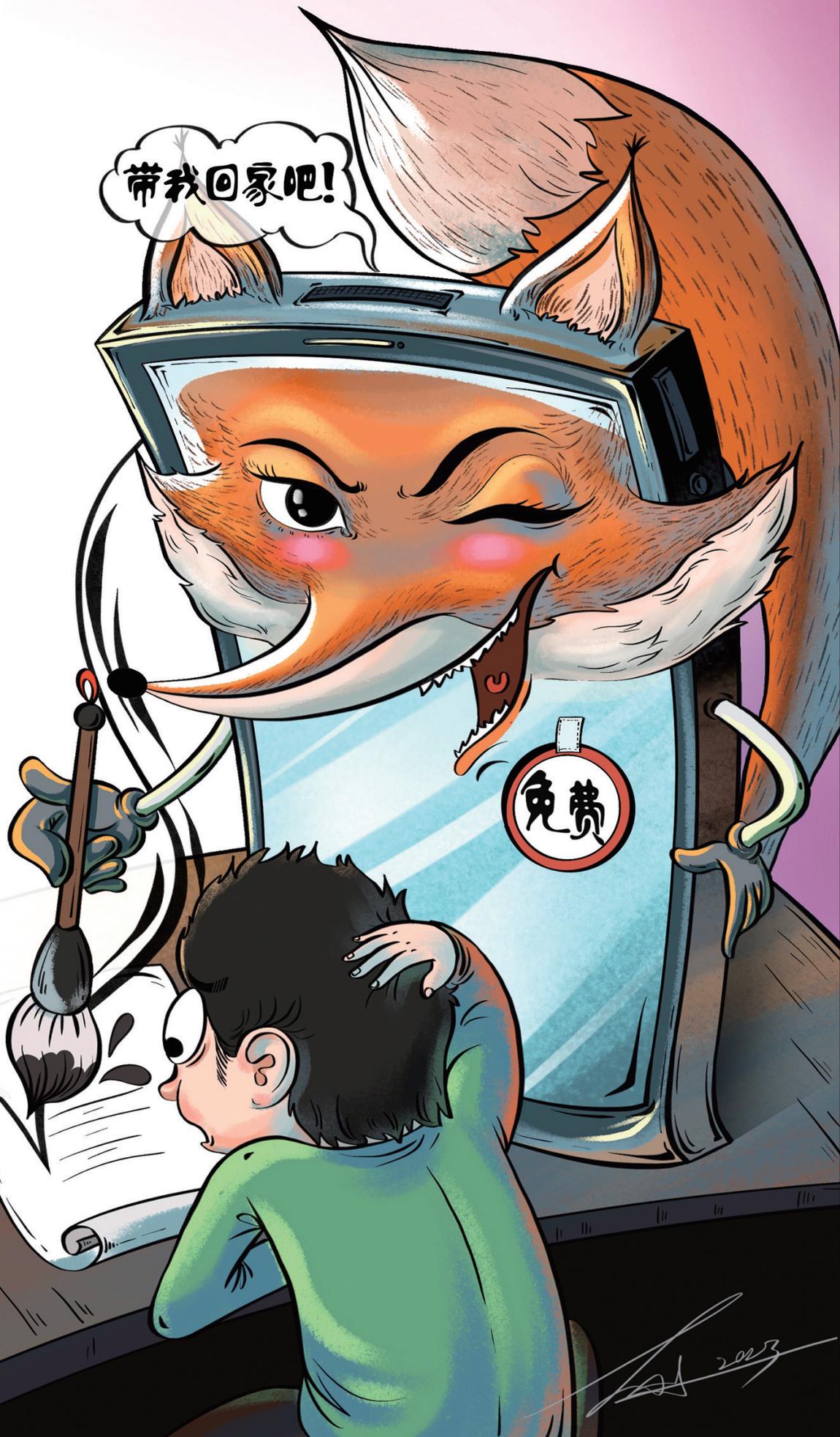
运营商与银行之间创新合作本无可厚非，但这样的合作必须建立在合情、合理，更要合法的基础上，通过欺骗与隐瞒让客户上当，到头来既损害了消费者的信用，又损害运营商和银行的商业信誉，这就是“双输”。

古有“无商不奸”之俗语，似乎从商理应奸诈。殊不知此语其实是以讹传讹，原句为“无商不尖”，意为商家卖米时加满一斗后再增加一些米，使米显尖，以此来让利消费者。消费者如水，商家似舟，水能载舟，亦能覆舟。有了消费者的存在，才有了商家的生存空间。在市场高度发达的今天，商家更应将市场营销的策略建立在诚信上，少一些“套路”。

监管部门，该出手时就出手，对于全国各地此起彼伏的“套路”信贷，应该及时亮剑制止。

“免”不了套路

图/谭希光



《讽刺与幽默》新媒体



微博



微信



抖音

强国号

下载学习强国APP
我的一订阅一添加
讽刺与幽默报