

■上深一度

“首月免费”背后暗藏自动扣费套路 京东的“网购送保险”陷阱



◎记者 何奎

近年来,随着互联网平台的蓬勃发展,网购消费市场持续扩容升级,消费场景不断丰富,金融服务也随之深度融入消费全流程,在支付结算、风险保障等方面持续创新,为消费提质升级提供了坚实支撑。

但在网购金融服务快速发展过程中,也滋生出一些消费陷阱与市场乱象。上海证券报记者近日调研获悉,京东等一些网购平台以“网购时首月赠送保险”等名义诱导消费者,看似消费者薅了平台的羊毛,实则是平台暗藏自动扣费的消费套路,不少消费者在不知情的情况下蒙受不必要的经济损失,消费者的权益于无形中受侵害。

免费体验缘何变自动扣费?网购附赠保险的诱惑背后究竟藏着怎样的一条灰色链条?记者在调查中发现,除了前述提及的京东网购平台之外,背后还隐藏着另外两家主体“京东安联财产保险有限公司”“京东保险经纪有限公司”,均为“京东系”相关公司。

免费陷阱

京东“免费赠险”陷阱浮出水面,源于消费者事后维权的心酸史。

近日,一位曾在京东网购的消费者张伟(化名)找到记者,控诉其在不知情的情况下意外触动了京东保险的“扣费机制”。

“去年底,我在京东上买了几张塑料凳子,之后的每个月都被自动扣款19.9元,扣费的名目是保险费。”由于平时除了购物很少打开京东平台,也很少留意扣费信息,张伟在被扣了几个月保费后,才察觉到其中的问题。

他根据保单自动扣费单据上的相关信息,找到了京东的保险客服平台“京东保官方旗舰店”。该旗舰店客服人员的反馈是,张伟被扣费的原因是他之前在网购时激活了一份“赠送保险”,保险生效后,前30天免费,如果在免费期内没有主动关闭预约扣费内容,到期后平台将自动开启付费保障。

那么,每月19.9元的保费到底进了谁的口袋?记者从张伟和京东保官方旗舰店获得的资料显示,这份保险实际由“京东安联财产保险有限公司”承保,而扣费账单交易说明为“京东保险经纪有限公司产品分期或续期扣费”。这两家公司中均带有“京东”字样的公司,实则分别为京东参股的合资公司和旗下全资子公司。

令张伟不解的是,他完全不记得自己买过以及激活过这份保险,也没有同意过开通自动扣费功能,这份保单怎么就生效了?银行卡里的钱怎么就被划走了?

京东的客服人员是这样解释的:张伟在京东平台购物时勾选了“激活赠险相关协议”,平台在进行信息审核后,默认保单自动生效。

关于这一点,张伟并不认同。他坦言,自己应该是在无意识的情况下不小心触碰到了“激活赠险”的选项,且“激活赠险”的字样在购物页面并不醒目,自己并没有特别留意页面,就这样“丝滑”地完成了一次购物。

记者在调查中了解到,上述情况只是保费陷阱的冰山一角。

这些陷阱往往隐藏在四个方面:一是消费者受

“免费领保障”“首月低价”等话术诱惑,无意识或下意识勾选了“购买”“领取”“自动续费”等选项;二是消费者在互联网平台刷短视频时,不小心点击了宣传广告链接,因绑定快捷支付而无意识地完成了投保;三是消费者在办理贷款业务时被强制捆绑销售保险;四是在共享单车、共享打印机、扫码支付等场景中,“保险广告”被伪装成必要的操作步骤,消费者在不知情下被诱导完成投保。

正是这些“看不见”的保费陷阱,让消费者屡屡踩坑,因而蒙受了财产损失。记者在黑猫投诉平台上搜索免费、保险等关键词,相关投诉有6000多条,涉及多家保险公司和互联网平台。

维权艰难

随着这些陷阱的曝光,其背后的合理性与合法性,引发业内的讨论。

首先,勾选“激活赠险”后,保单自动生效,如消费者在免费期内不主动取消,后续便进行自动扣费。专家认为,此流程并不合理。

首都经济贸易大学保险系教授赵明在接受记者采访时表示,消费者在“首月免费赠险”“0元领保障”等诱惑下,往往没有充分了解保险的真实费用和续保条件,冲动投保甚至是无意识地完成了投保。在这个过程中,一些投保陷阱通过虚假或模糊的销售话术、默认勾选、捆绑操作等方式,侵害了消费者的知情权、自主选择权、财产安全权等。

其次,业内关心的是,在事后维权的过程中,消费者和平台到底谁更占理?

在遭遇“看不见”的保费陷阱后,部分消费者走上了维权之路。上海市建纬律师事务所高级顾问王民分析称,在退保和取消自动扣款的过程中,消费者往往面临诸多障碍。例如,一些平台设置了极其复杂的退保和取消自动扣款路径,甚至还设置了“退费冷静期”。

在消费者维权时,究竟是消费者“主动”开还是“被动”开,往往成为维权成功与否的关键。王民认为:“主动”与“被动”的区分存在法律界定模糊,“主动授权”与“被动默认”界限不清(如勾选或默认勾选“我已阅读条款”是否构成有效同意);同时,电子证据易被篡改,消费者难以证明签约时未获充分告知。

“此外,消费者和平台间的举证责任失衡,也增加了消费者维权难度。消费者需自证未授权,如截图留存操作流程,而平台掌握原始数据却无需自证无过错。”王民说。

中国社会科学院金融研究所研究员、保险与发展研究中心主任郭金龙告诉记者,正是因为维权流程繁琐、成本偏高,加上涉案保费金额通常较小,多数消费者最后往往会选择主动放弃追责,这在一定程度上也纵容了违规平台的侥幸心理,导致乱象难以得到有效遏制。

张伟表示,在多次斡旋投诉之后,京东方面终于同意退还被扣取的全部保费。记者发现,“不投诉不退款”已成为行业一大顽疾,不少消费者在互联网平台上反映,只有当自己提出要向监管部门投诉时,涉事机构才会迅速同意退款。

如何破局

每月19.9元保费看似不多,却在透支着消费者的信任。

郭金龙认为,如果不对这些乱象加以遏制,长远来看会对保险行业造成负面影响,不仅透支了公众对保险行业的信任,还破坏了互联网保险市场的公平竞争秩序,将在一定程度上阻碍保险行业长期健康、可持续发展,违背了保险保障的本质初衷。

“免费赠险”这一市场乱象,已引起监管部门的关注。4月底,湖南金融监管局发布提示称,警惕“免费”“首月低价”等营销话术,不要因低价宣传而冲动投保。部分机构以“免费领保障”“首月低价”吸引点击,实则后续按原价分期扣费,请消费者在投保前仔细确认保费总额及每期扣费金额。

在业内人士看来,要想遏制保险市场乱象,除了警钟长鸣之外,还需要监管部门以“零容忍”态度加大处罚力度,更需要完善的法律法规制度,以维护市场秩序和消费者权益。

王民表示,针对“免费赠险”的相关保险合同、规章制度等细则亟待完善。例如:平台方要在页面醒目处对必须有效告知的信息进行清晰展示,如规范具体的字体大小、停留时长等;有关部门要将扣费协议纳入金融消费者的保护范围;在技术监管方面,企业须备案代扣协议并开放实时查询接口,供监管部门抽查。

“要解决举证难的问题,最有效的路径是实行举证责任倒置,当消费者提出异议时,由保险机构或平台提供完整、不可篡改的操作链路证据,以此证明消费者确为真实意愿下的主动投保,否则应由机构或平台承担相关责任。”赵明说。

从监管和法律角度治理这种乱象,更需要完善法律法规体系,强化执法监督与处罚力度。赵明认为:首先,应进一步细化线上投保的强制性要求,如禁止默认勾选和捆绑授权,并推行人脸识别与独立确认页的双重验证机制;其次,监管部门应加大检查频次和处罚力度,明确保险公司、支付平台、广告推送平台各自的责任边界,对违规行为实施高额罚款和联合惩戒,让违法成本远超过非法收益。

5月7日,记者发现,张伟所遭遇的“京东免费赠险”服务已悄然下架。当记者找到“京东保官方旗舰店”客服平台,咨询是否还有“免费赠险”服务时,相关客服人员表示,此活动是随机的,目前该活动已经结束。

但可以肯定的是,与张伟一样,此前踩坑的消费者,如果未发现扣费信息并申请退保和取消自动扣费,这一扣费行为仍将持续给消费者造成财产损失。

对于“网购送保险”相关问题,记者曾第一时间求证,但京东方面始终不予回应。

直到5月7日晚间,京东保险方面给出三点回应:一是当前该公司投保链路需要用户进行多轮确认,包含消费者权益、客户信息确认、支付密码输入等多轮弹窗验证方式等;二是对于领取赠险并预约付费及月缴用户,该公司在扣费前以短信等形式发送扣费提醒,保障消费者投保知情、扣费知情;三是“购买家具赠送保险活动”并非强制、直接赠送,而是根据用户购买行为等进行的站内个性化推荐营销活动,需要客户自主点击活动链接、领取激活赠险。

不过,京东保险方面对于记者提出的几点质疑并未给予明确回应,如“激活赠险”标识提醒是否醒目、是否如实告知消费者选择“激活赠险”后会开通自动扣费、是否完整告知消费者保险条款内容等问题。

行业格局深度裂变 券商估值修复静待“临门一脚”

业内人士认为,在资本市场稳健向好的大背景下,证券行业的中长期成长逻辑尚未被市场充分定价。财富管理、海外扩表、“投行+投资”三大核心主线,有望支撑起行业实现年均15%以上的复合增长率

市场人士认为,券商板块已具备估值修复条件,市场正静待催化信号“临门一脚”;首先,资金面迎来改善契机;其次,海外业务进入扩表周期;其三,中小券商依托轻资本业务与专业服务能力,打造差异化竞争优势

◎卢伊 记者 徐蔚

当资金向AI、算力、人形机器人等A股高成长赛道极致扎堆,传统金融板块正陷入估值沉寂境地,券商股成为这场风格分化中最具代表性的样本。

一边是公募基金主动持仓持续下滑,机构以相对收益为锚果断减仓;一边是自然人股东逆势入场,在历史估值低位左侧布局——两股力量相向而行。

一边是2026年一季度头部券商业绩高增兑现;一边是板块估值徘徊于历史底部区间——基本面与估值的背离,折射出资本市场对证券行业预期分歧。

喧嚣与观望之间,市场往往忽略其本质:券商从来不只是行情的影子,更是资本市场的重要参与者与制度红利的载体。当前,券商行业格局在深度裂变,一场关于价值与认知的重塑,正在悄然展开。

资金对垒

券商板块正上演一场资金对垒。

国泰海通研报数据显示,截至2026年一季度末,券商板块公募基金(剔除被动指数基金)持仓比例从2025年四季度的1.08%下降至0.59%,板块欠配2.32个百分点。机构持仓聚焦大中型券商,但内部分化显著:国泰海通、招商证券、中信证券等3家头部券商获得机构资金增持;中信证券、华泰证券、中国银河、广发证券等则遭遇不同程度减持。

与机构减持形成反差的是,部分个人投资者正逆势入场。截至一季度末,中信证券、中原证券、华西证券等10家上市券商前十大流通股股东名单中均出现个人投资者身影,其中近半数为本期新进或增持。

典型案例尤为突出:中信证券2026年一季度报显示,自然人付小铜持股8411.28万股,持股比例0.57%,跻身前十大流通股股东;东北证券前十大流通股股东名单中则出现潘锦云、杨海兵、李永俊等3位自然人,合计持股6198.07万股,持股比例达2.65%。

“公募在卖,个人在买”,这一现象,根源在于两类资金的投资逻辑与收益目标完全不同。

东吴证券非银金融首席分析师孙婷在接受上海证券报记者采访时表示,机构资金以相对收益为核心考核导向,2026年以来市场结构分化明显,AI、科技等高成长赛道更易贡献超额收益,而券商板块自去年四季度以来弹性不足,在机构的组合配置中性价比持续走低。与之相对,自然人股东追求的是长期绝对收益,更能在估值低位左侧布局。

背离之谜

资金分歧之下,券商板块陷入明显的基本面与估值背离。

2026年一季度,43家上市券商合计实现营业收入1512.32亿元,同比增长19.88%;归母净利润610.56亿元,同比增长16.34%。其中,25家券商实现营收和净利润双增长,占比近六成。与此同时,券商板块估值却处于历史低位。截至4月30日收盘,券商板块PE、PB估值分位数分别为6%、12%,处于历史底部。

“市场并非看不到券商业绩高增,而是担心这种高增长难以持续。”一位券商人士坦言,当前证券行业的业绩增长高度依赖经纪、自营等业务,与市场波动深度绑定,这种“靠天吃饭”的固有标签,让资金不敢轻易追涨,进而加剧了股价与基本面的脱节。

一季报数据印证了行业在增长下的分化:头部券商凭借多元化业务布局,实现了大基数下的稳健高增,中信证券、中金公司等归母净利润增速超50%;而部分中小券商则陷入业绩剧烈波动的困境,自营投资

收益成为最大变量,如天风证券、国盛证券同比分别下滑99%、98%。

在孙婷看来,2025年四季度以来,券商行业的估值与业绩背离已持续超半年。这一现象的本质,是行业格局重构带来的市场认知偏差。头部券商通过业务多元化、国际化、机构化转型,已逐步弱化传统周期属性,具备了更强的业绩韧性;而行业并购重组浪潮加速推进,资源向头部集中的趋势愈发明确,龙头券商的抗风险能力与综合竞争力持续提升。反观中小券商,仍被困在传统经纪、自营的同质化竞争中,盈利波动大、成长空间有限,进而拉低了整个板块的市场估值。

结构裂变

券商板块的分歧,不仅体现在资金与估值层面,更深层次地反映在行业内部的结构性质变之中。随着资本市场改革深化、监管趋严、竞争加剧,证券行业正告别“普涨普跌”的同质化时代,迈入头部集中、两极分化的新周期。这正是市场对券商股定价逻辑发生重构的核心原因。

券商“跑马圈地”的粗放时代已然落幕。一位券商非银分析师直言:“业务单一、缺乏竞争力的中小券商,不仅面临业绩持续承压,未来甚至存在被行业并购整合的可能。”

行业逻辑切换之下,资金的目光开始聚焦于券商自身的成长能力。头部券商优势持续放大,在财富管理、衍生品复制、海外业务等赛道构建起难以复制的护城河,ROE中枢稳步抬升。刘欣琦表示,2026年一季度营收排名前10券商的平均年化ROE已达11%,利润增速高达47%。优质头部券商在ROE水平和成长性上的双重优势,在2026年一季报中得以凸显。

长远来看,券商成长能力方面的马太效应将持续放大。

“头部券商的发展逻辑正加速向‘效率驱动’转变,未来与中小机构的ROE分化将进一步加剧。”易观千帆证券行业咨询专家杨玲分析称,核心原因在于头部券商通过降低方向性权益敞口,强化客需扩表能力及推动境外业务实质性增长,构建了中小券商难以逾越的盈利壁垒。而中小券商受制于资金规模与机构客户基础,难以复制此类重资本对冲模式,普遍面临同质化竞争陷阱。

破局之钥

“基本面和估值背离不可长期持续。”开源证券非银首席分析师高超表示,在资本市场稳健向好的大背景下,证券行业的中长期成长逻辑尚未被市场充分定价。财富管理、海外扩表、“投行+投资”三大核心主线,有望支撑起行业实现年均15%以上的复合增长率。

业内普遍认为,券商板块已具备估值修复条件,市场正静待催化信号“临门一脚”。

首先,资金面迎来改善契机。孙婷表示,当前市场资金高度集中于高成长赛道,相关板块估值已处高位;一旦市场风格发生“高低切换”,机构资金从拥挤的科技赛道分流,有望回流至估值处于历史低位的金融板块。

其次,海外业务进入扩表周期。高超看好头部券商为本轮行情主线,他表示,中国企业出海、机构与居民跨境资产配置需求持续旺盛,叠加港股IPO市场回暖,将有力驱动头部券商海外业务高速增长,海外扩表已成为龙头券商重要的业绩增长极。

最后,中小券商依托轻资本业务与专业服务能力,打造差异化竞争优势。杨玲建议:中小券商一方面深耕区域市场,依托地方国资背景和本地化网络,将地缘关系和产业认知转化为业务壁垒,稳固区域基本盘后逐步向外拓展;另一方面聚焦细分垂直赛道,实施错位竞争,例如,集中资源布局北交所及专精特新企业的做市与承销业务。

加码科技金融 中小银行盼AIC试点扩容

◎记者 黄坤

在新质生产力亟需长期资本赋能的背景下,科技金融成为银行竞速的核心赛道,金融资产投资公司(AIC)试点扩容的呼声由此升温。上海证券报记者从业内获悉,多家股份行、城商行呼吁AIC试点进一步扩容,希望借助AIC牌照突破自身传统信贷瓶颈,通过“股权+债权”联动模式,精准赋能科技企业发展。

当前,银行系AIC已有9家。“现在AIC牌照主要面向国有大行和少数股份制银行,我们也迫切希望拥有自己的AIC牌照,以获得股权投资相关业务权限,为科技金融发展注入长效动力。”一家股份行的科技金融部相关负责人表示,助力科技企业持续成长,银行资金不能局限在信贷短期支持,更应承担起长期资本赋能的职能。

部分城商行对AIC牌照的渴求同样迫切。“我们和有关部门作口头汇报时,提出过设立AIC的想法。”一家城商行的相关人士透露。

AIC股权投资试点,为银行资金开辟了参与股权投资的新路径。一家头部城商行的科技金融业务人士告诉记者,科技企业高投入、高风险、高回报、长周期的特

征,与银行传统信贷“重抵押、短期限、低风险”的风险偏好存在显著适配性不足。而“股权+债权”的结合模式,正是破解这一痛点的关键,能让银行更加精准地加码科技金融业务,更好地支持科技企业发展。

上述头部城商行的科技金融业务人士表示,在低利率环境下,银行存贷业务利润空间持续收窄,若能凭借AIC牌照打开股权投资权限,将有效突破传统信贷业务瓶颈。“通过投贷联动模式整合债权与股权投资,可通过参与股权投资分享企业成长收益,进而更好地平衡业务风险与收益水平”。

近年来,AIC股权投资业务试点持续扩容,为银行支持科技创新开辟了新渠道。多位银行业人士表示,股权投资能助力银行打开新的增长空间,拓宽业务布局,提升盈利能力,但同时也会带来资本占用、风险管控等多重挑战,对银行综合运营能力提出了更高要求。

中金公司银行分析师、总监林英奇表示,银行获得AIC牌照后,一方面可更好地服务科创企业,完善投贷联动服务体系,另一方面也能优化自身资产结构,平滑周期性盈利波动,增强盈利韧性。

“与此同时,银行可依托股权业务深度绑定优质实

体企业,沉淀核心客户资源,拓宽中间业务收入来源,为长期盈利增长与转型发展打开空间。”林英奇说。

机遇背后,挑战同样不容忽视。部分城商行人士表示,AIC牌照虽具吸引力,但当前并不急于申请。

“我们暂时搁置了设立AIC的想法,核心原因是百亿元的实缴资本门槛较高。”华东地区一家城商行的相关负责人表示,股权投资属于高风险业务,而该行在专业团队、投研能力、风控体系等方面,仍须进一步加强。

结合当前行业实际情况,林英奇认为,中小银行入局AIC确实面临资本实力、公司治理、合规风控体系等多重门槛。“中小银行可通过与外部产业机构合作,共建专业化投研体系,建立适配股权投资业务的专属风控机制,同时以市场化方式引育专业投资团队,循序渐进搭建完善的股权投资运作框架。”

具体而言,针对业内关注的银行布局股权投资业务时,如何平衡创新与风控的问题,林英奇建议,相关机构严格遵守投资行业规范与限额要求,明确区分信贷风控与股权投资逻辑,建立独立的投资决策、投后管理及风险隔离机制,确保业务稳健有序推进。