20家银行集体点名背后：贷款中介行业深度洗牌

中经记者 慈玉鹏 北京报道

近期，一家贷款中介公司罕见被超20家银行点名。

多家银行称，与贷款中介机构——鑫心惠邻（深圳）咨询服务有限公司（以下简称“鑫心公司”）无任何合作关系，该中介声称的“银行为其战略合作伙伴”不实。

《中国经营报》记者采访了解到，鑫心公司主营业务为“存量降息服务”和“新增贷款咨询”，在深圳有10家门店，多家门店近期刚刚开业。

尽管贷款中介行业不断在合规中发展，但目前行业仍存在一定乱象，如虚假宣传、巧立名目收费、诱导过度负债等，部分银行也存在过度依赖贷款中介获客、风控审核不到位等问题。随着监管不断加大打击力度，贷款中介行业也在从“野蛮生长”转向“精耕细作”，未来或只有具备技术壁垒或深耕细分领域的机构才能长远发展。

中介被指虚假宣传

鑫心公司公开表示，因不严谨占用公共资源张贴银行标签致歉，已做全面整改。公司未与任何金融机构合作。

综合多家银行声明，鑫心公司在相关门店、附近小区电梯广告位及其互联网公众号打出“降息优化”“降息提额”“携手××银行”等宣传广告，声称多家银行为其战略合作伙伴，并在宣传中标注多家“合作”银行名称及Logo。

平安银行（000001.SZ）深圳分行近期公告表示：“发现鑫心公司及其关联公司冒充我行合作机构开展业务活动，为防止公众合法权益遭受损失，现郑重声明：我行与鑫心惠邻（深圳）咨询服务有限公司及其关联公司不存在任何形式合作关系，亦从未授权或委托该公司及其关联公司以我行名义开展任何业务。”

平安银行提示消费者，要增强风险防范意识，选择正规金融机构办理业务，切勿轻信未经核实的中介宣传，谨防信息不对称导致的财产损失或权益受损。

天眼查显示，鑫心公司成立时间为2024年11月，注册资本1000万元，注册地址位于深圳市。

鑫心公司相关公众号显示，鑫心公司门店的选址均位于小区楼下，协助邻居降低融资成本。截至目前，鑫心公司有十家门店。

一位鑫心公司的员工7月23日告诉记者，目前鑫心公司多个门店刚开业不久，暂时有几家门店还未运营。鑫心公司布局社区，想缩短与客户的距离，主要提供资金咨询服务。

记者获得的一张该公司张贴的收费海报显示，针对存量降息服务，该公司收取“三年期以下节省成本总数的20%，三年期及以上节省成本总数的15%”。其中，居间服务内容主要包括“整理客户资料并且协助客户提交申请流程”“协助客户结清存量”等。

上述鑫心公司员工告诉记者，存量降息服务主要是帮助客户降低存量贷款成本，例如结清目前贷款，然后更换新的贷款产品。

而“新增额度收费标准”显示，该公司针对不同新增额度收取不同费用。其中，新增额度小于100万元的，收取0.8%的居间服务费；新增额度大于1000万元的，收取0.2%的居间服务费。

针对各家银行“无合作”的表态，鑫心公司公开表示，因不严谨占用公共资源张贴银行标签表示抱歉，已做全面整改。公司未与任何金融机构合作。

一位华北地区银行人士告诉记者，银行客户经理在工作过程中，与贷款中介打交道较多，银行内部对业绩考核很严格，而贷款中介能够提供一部分客源，当然，是否符合审核标准需要客户经理及银行把关。贷款中介一般都以咨询公司、投资管理公司等形式出现，部分贷款中介会通过虚假宣传、伪造材料等手段获利。目前监管严格，行业乱象相对减少。

监管深入打击金融“黑灰产”

随着监管持续加码，银行机构也同步收紧与中介合作，部分机构已叫停相关业务。

图为鑫心公司门店 鑫心公司公众号/图

近年来，随着监管走深走势，贷款中介行业也在向合法合规经营方向发展。然而，不合规的操作空间仍存，一些不法贷款中介仍在扰乱市场秩序。

华东地区某城商行人士告诉记者，部分不法贷款中介，从前端虚假宣传（假冒银行身份、虚构低息承诺），到中端收费掠夺（巧立名目使综合费率飙升至15%～20%），再到后端风险转嫁（诱导过度负债、教唆伪造材料），形成完整的获利闭环。

该人士表示，在此过程中，客户隐私数据成为中介随意处置的资产，既用于胁迫式收费（如放款前临时加价），也通过地下黑产变现。贷款中介行业长期缺乏准入标准和服务规范，导致从业者专业素养普遍缺失，甚至出现“话术培训替代金融知识”的畸形业态。

中国银行（601988.SH）深圳市分行大湾区金融研究院高级研究员曾圣钧告诉记者，贷款中介目前的主要问题，一是存在虚假宣传与误导消费现象，个别不法贷款中介常以极具诱惑性的话术揽客，误导急需资金的消费者。二是部分中介为了促成贷款交易，帮助、教唆消费者伪造银行流水、收入证明、经营资料等关键贷款申请材料，以提高银行贷款通过率。三是收取隐性费用，比如以“快速审批”“低息贷款”为诱饵，要求消费者在放款前支付“保证金”“服务费”，或将捆绑销售保险、理财产品等作为放款条件。

从目前银行与贷款中介合作的情况看，某国有银行人士告诉记者，部分银行和贷款中介合作中的突出问题包括：一是过度依赖贷款中介获客，逐渐丧失自主获客、客户信息收集及分析管理能力。二是授信管理责任履行不到位，对借款人实际情况了解不全面，仅对企业提供的证明材料做形式审查，未进行实质性交叉验证。三是贷后资金管控流于形式，忽视对资金流向和用途真实性的核查。以上问题为不法中介包装经营贷资质、虚构交易合同、提供受托支付渠道和短期垫资服务等乱象提供了可乘之机。

针对银行与贷款中介的合作问题，上海大学上海科技金融研究所高级研究员陆岷峰表示，首先是前端资质审核问题，部分客户经理与“三无”中介合作，默许伪造财务报表。其次是中台风控问题，银行员工将贷前调查、客户评级等核心环节交由中介操作，甚至设置“系统白名单”降低标准。部分银行网点中介渠道贷款不良率远高于自营业务。这一链条的核心驱动力是灰色利益输送——银行客户经理收取“通道费”、中介通过拆分收费名目将实际费率抬升至8%～15%。

陆岷峰表示，上述合作问题不仅造成信贷资源配置扭曲（如通过伪造贸易背景套取低息贷款），更形成“银行追求规模—中介违规操作—风险转嫁至消费者”的恶性循环。为此，须聚焦于实施穿透式监管，既要通过“联合惩戒名单”切断违规合作链条，更需以“双罚制”压实银行对合作中介的管理责任，从源头堵住风险传导路径。

今年，监管部门深入打击金融“黑灰产”。3月，公安部和国家金融监督管理总局联合开展金融“黑灰产”违法犯罪集群打击专项工作，重点打击贷款、保险和信用卡领域的四类行为，包括非法存贷款中介服务、恶意逃废金融债务、非法代理退保理赔以及不正当反催收等。

值得注意的是，随着监管持续加码，银行机构也同步收紧与中介合作，部分机构已叫停相关业务。

未来，贷款中介将如何发展？曾圣钧告诉记者，一是监管力度将持续加大，未来不法贷款中介生存空间将被极大压缩，合规经营的贷款中介将迎来发展机遇，行业将加速洗牌，实现优胜劣汰。二是合规贷款中介将向专业化、精细化方向转型，深入研究银行金融机构的贷款产品与政策，为客户提供更精准、个性化的贷款咨询与方案设计服务，帮助客户匹配最适合的金融产品，提高贷款申请成功率与资金使用效率。三是借助金融科技手段，贷款中介行业有望创新业务模式。例如，利用大数据分析客户信用状况、还款能力等，为客户精准画像，提高风险评估准确性。

陆岷峰指出，目前，贷款中介行业正经历“去伪存真”的深度洗牌，未来五年将呈现一些变革趋势。从技术发展看，科技赋能正倒逼行业升级，AI风控系统和智能客户画像技术的应用将加速行业分化。有机构预计，到2026年缺乏数字化能力的中介将丧失80%市场份额。

从业务模式上看，陆岷峰表示，首先，行业将向“价值顾问”转型。传统信息不对称模式难以为继，具备财务规划、税务优化、债务重组等综合服务能力的机构才能生存，比如为小微企业设计“经营贷+票据融资+供应链金融”组合方案的专业顾问。其次，垂直细分领域正成为新蓝海。专注跨境电商金融、冷链物流融资等细分赛道的专业机构将崛起。有机构样本调研显示，其利润率比综合型中介高出3—5个百分点。

陆岷峰指出，未来，银行与中介关系将重构。双方从简单渠道合作转向联合风控、数据共享的深度绑定，但中介必须接受更严格的穿透式监管模式。同时，监管套利时代将终结。《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》（整治办函〔2017〕141号）之类的新规实施后，“飞单”“AB贷”等灰色玩法将彻底消失，虽然合规改造会使运营成本上升，但这是行业健康发展的必经之路。

布局港股发行市场 银行理财加快权益投资转型

中经记者 郝亚娟 夏欣 上海 北京报道

面对优质资产稀缺与债市波动带来的双重挑战，理财公司正积极寻求突围路径。

《中国经营报》记者注意到，在内地企业赴港上市过程中，理财公司也积极参与投资。近期，工银理财接连参与三花智控（2050.HK）、IFBH的港股IPO，分别获配2000万美元基石投资份额和以“基石+锚定”模式投资400万美元，成为近年来首家布局新消费赛道港股IPO的理财公司。

对理财公司而言，参与一级市场投资不仅有助于增厚收益，也有利于推动产品结构创新，加快向权益投资转型。中信证券（600030.SH）指出，理财公司参与港股IPO应避免低风险产品配置高波动资产，须确保产品风险等级（R3及以上）与客户风险承受能力相匹配，防止“固收+”产品因港股波动出现大幅净值回撤。

提升权益投资能力

Wind数据显示，今年上半年，港交所完成43宗IPO项目，较去年同期增加13家；募资总额达1067.13亿港元，较去年同期飙升688.54%。

企业赴港IPO如火如荼，理财公司也参与其中。例如，全球制冷控制与汽车热管理领域龙头企业——三花智控在香港交易所成功挂牌上市。该IPO项目上市热度较高，国际配售锚定申购倍数超过50倍，公开发售孖展（保证金交易）申购倍数接近600倍。工银理财作为基石投资者获配2000万美元投资份额，其他基石投资人还包括英国施罗德集团、新加坡政府投资基金和韩国未来资产等多家全球一线投资机构。

2025年5月，宁德时代（3750.HK）成功登陆港股市场，中邮理财成功获配基石投资份额5000万美元。中邮理财方面表示，过去一年，该公司积极参与港股IPO基石投资。其中，美的集团（0300.HK）盈利超过37.5%，宁德时代上市首日涨幅达16.43%，为产品和投资者创造良好收益。

基石投资者制度发源于2005年香港IPO市场，旨在通过引入具有公信力的机构投资者解决新股发行的信息不对称问题。这类投资者主要包括银行、保险公司、主权财富基金等机构投资者，以及大型企业集团和知名富豪所属企业。

对于理财公司而言，通过“基石投资+网下打新”方式参与港股IPO，能够提升权益投资能力、拓宽产品策略。

普益标准研究员屈颖介绍称，此类产品设计具有三大典型特征：一是通常设置封闭期，以契合港股IPO的锁定期要求（基石投资者要求6个月锁定期）；二是封闭期内不可赎回，开放期实行预约赎回机制，通过固收资产配置维持基础流动性；三是收益结构采用“稳健打底+收益增强”双层设计，基础收益来自高等级固收资产，浮动收益源于港股IPO的打新收益等。

而在资金端，屈颖指出，这类“固收+港股IPO”理财产品主要面向三类投资者：一是风险偏好稳健、希望在控制波动的基础上获取适度超额收益的投资者；二是看好港股打新收益但缺乏直接投资能力的配置型投资者；三是关注中概股回归和新经济企业上市机遇的投资者。

“一方面，在当前低利率环境下，固定收益资产获利空间受限，港股IPO投资为理财资金提供了新出口，例如参与科技、消费等热门赛道企业IPO，弥补了传统固收产品收益下行的压力。另一方面，推动了产品创新，加速权益转型。理财公司通过‘固收+港股IPO’混合策略，既能满足客户稳健需求，又能逐步引导投资者接受权益类资产，为后续发行纯权益产品奠定基础。”资深金融监管政策专家周毅钦告诉记者。

屈颖分析称，理财公司参与港股IPO，一是可以丰富权益配置、提升投研能力。理财公司长期以来以“固收为主、权益为辅”布局资产端，参与港股IPO，尤其是作为基石/锚定投资者，既能直接获取新股配售带来的超额收益，也可倒逼机构在投前尽调、定价判断和投后跟踪等方面全面提升权益投资能力，推动其从跟投型权益配置向主动型、策略型配置转型。二是服务国家战略、支持实体经济。港股IPO项目多聚焦科技创新、绿色低碳、先进制造等国家重点产业领域，理财公司通过参与此类项目的基石投资，既可向优质民营及新消费企业输血助力，也与“支持科技金融”“助力双碳目标”等监管导向高度契合。三是借力国际平台、优化跨境配置。香港IPO市场项目全球化程度高、信息披露透明，理财公司通过港股基石和“固收+港股IPO”策略产品，能借助港交所平台实现跨境资产配置，分散境内市场波动风险，完善资产端全球化布局。

总的来看，兴业研究方面指出，理财公司可以通过直接投资+产品创新全面布局港股IPO。在直接投资方面，理财公司正积极以基石/锚定投资者身份参与优质企业IPO。在产品创新方面，如“固收+港股IPO”策略系列，将传统固收资产与港股IPO投资机会相结合，既保持了产品稳健性，又通过参与优质企业上市获取超额收益。

需要注意的是，理财公司能够参与港股IPO，离不开监管层面的积极推动。中信证券研报指出，监管对银行理财参与股票及一级市场投资的态度，经历了从限制到放宽、再到允许和鼓励的演变。

2025年1月出台的《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》指出，支持银行理财通过定增方式参与资本市场，例如允许银行理财作为“战略投资者”参与上市公司锁价定增。

3月28日，中国证监会发布《关于修改〈证券发行与承销管理办法〉的决定》，增加了银行理财产品、保险资产管理产品作为IPO优先配售对象。

加强投研和风险管理

作为一项创新尝试，理财公司参与投资港股IPO，还需要夯实投研能力并加强风险管理。

周毅钦坦言，港股市场波动剧烈，IPO定价机制和内地有差异，部分企业上市后股价破发概率较高，风险和收益都比较高。因此，理财公司须深入研判行业周期、企业盈利模式及估值合理性，避免盲目追逐热门赛道。同时，要考虑港股市场汇率波动、交易规则差异等潜在风险，设置严格的仓位管理和止损机制。

屈颖建议，首先，在投研端，要强化对IPO标的的基本面研究与估值判断。理财公司可建立专业的一级市场研究体系，深入评估企业的商业模式、成长潜力、财务稳健性与核心竞争力，结合可比公司进行估值判断，防范“高估值破发”风险。

其次，要关注锁定期与流动性管理。产品设计须合理匹配资金封闭期，同时评估上市后二级市场的流动性及股价波动，建立动态估值与风控预警机制。

再次，在跨境操作中，应重视合规管理与汇率风险。须严格遵守外汇、账户和资金监管相关规定，同时评估人民币对港币汇率波动给整体收益带来的影响，必要时引入对冲机制控制汇兑损失。还要密切关注市场节奏与监管动态，港交所制度调整、新兴行业政策变化等因素，可能对IPO审核进度、发行节奏及估值水平产生影响，理财公司须及时优化申购策略与项目筛选逻辑。

最后，在产品风控层面，应建立投前、投中、投后全流程管理机制。如明确投资边界、设定仓位比例、嵌入止盈止损条款等，特别是在“固收+港股IPO”类产品中，须关注结构性设计带来的杠杆与回撤风险。

谈到理财行业未来的发展，国际四大会计师事务所之一德勤方面指出，在当下低利率时代，理财产品收益率持续走低和业务结构失衡等问题将会更加突出，理财业务模式的可持续性面临挑战。同时，监管层积极引导银行、保险和资管机构维护资本市场稳定，下一步将继续支持资本市场持续稳健发展。理财行业经过了“以合规促转型”的1.0阶段和“顺应市场转型”的2.0阶段后，目前亟须步入“立足长远，多元配置”的3.0阶段。