

## 双11走了,“剁手”后遗症来了

# 双11退货,信用卡退款不能抵还款?

各家银行规定不一,有的不能冲抵当期信用卡账单,不及时还款会造成逾期



“双11”抢购过去了,进入“后双11”有些问题就要注意了,比如“剁手”后如何还款的问题。使用信用卡网购的消费者,如果对货物不满意,退货后申请的退款会直接退到信用卡中。但这笔退款并不一定会被用来抵扣最近一期信用卡的还款金额,如果搞不清状况很可能造成逾期还款,不但要被收取罚息,还可能会对个人征信造成影响。

现代快报记者 刘元媛



漫画 雷小露

### 信用卡退款困扰“剁手”族

“双十一”疯狂血拼了那么多宝贝,要是收到快递后觉得货物不满意,在退货后申请的退款又回到哪里呢?

如果消费者是使用支付宝或者余额宝直接付款的,申请退款后,退款将直接退到支付宝账户。如果是通过网银支付或银行卡快捷支付,申请退款后,退款是直接退到消费者的银行卡里。如果是用信用卡支付的,在申请退款后,这笔退款也会直接退到信用卡中。值得注意的是,虽然退款已退到信用卡中了,但不代表之前支付的那笔信用卡消费就不用还了。

比如某消费者信用卡账单日是每月1日,还款日是每月20日,在“双十一”当天用信用卡花200元买了一件商品。但在11月21日收到货后发现,对买到的货物并不满意,就决定退货。卖家同意后,会进行退款处理。但信用卡退款后一般需要3~7个工作日才能到账,这样的话,这笔退款到了12月2日才到消费者的信用卡中。但这个时候11月份的账单已经出了,这笔200元的消费也会在已出账单上。虽然12月2日消费者的这笔退款已回到信用卡上,但也不能冲抵最近一期的账单,只能先把这笔消费还了。

### 提前跟银行确认,避免被罚

银率网信用卡分析师表示,信用卡退款一般分为购买当日退款和购买日后退款两种情况。如果消费者在购买当日退款,情况较为简单,一般情况下资金当天即可顺利退回,最晚也不会超过第二天。如果退款发生在购买日之后,那么退款一般需要7~15天方可退回。另外还需注意的是,在账单日前的到账退款,可以冲抵当期欠款;账单日之后到账的退款,无法认定为当期还款,持卡人需要按照当期账单的欠款数额进行还款,而该笔退款只能记入下一期的账单。

记者昨日从多家银行了解到,

对于信用卡退款冲抵还款的情况各家规定也有不同。比如有银行就表示,在账单日之前交易,但退款在账单日之后还款日之前入账的,也可视为最近一期的账单还款。由于能否冲抵还款的最终解释权在银行手里,消费者最好致电发卡行进行确认,避免因还款不足或逾期造成不良征信记录。

一家股份制银行信用卡中心的工作人员表示,如果持卡人发生信用卡还款逾期会另外收取滞纳金和利息。如果在下一账单日前还未将逾期款和相关费用还清,就会影响到持卡人的个人征信记录。

### 第三方理财机构非法营销 P2P风险 向财险蔓延

第三方理财机构非法营销之手已然伸向财险领域。国内多家财险公司先后在排查中发现,有不法第三方理财机构和個人采取多种方式,冒用财险公司总公司名义进行非法营销活动。

### P2P非法营销之手 伸向财险公司

随着监管部门近一年来的摸底调查和风险提示,第三方理财机构招募原寿险公司营销员套取保单资金的违规现象被曝光,并逐步被业内人士及保险消费者所警惕。

尽管各方均不遗余力,但P2P火苗依旧屡禁不止。记者在最近调查了解到,国内多家财险公司先后在排查中发现,有不法第三方理财机构和個人采取多种方式,冒用财险公司总公司名义进行非法营销活动。

随着调查的进一步深入,记者发现,上述假借财险公司非法营销活动的主要表现形式有两类。一类是,有自称是资产管理公司的平台,以“与财险公司联合主办”的名义,对外售卖一年期的“返还本金加利息加意外保险理财壹号”。这个产品冒用了这家财险公司的团体意外保险条款,并在团体意外保险条款的基础上虚构了满期生存金等收益。但事实上,这家财险公司与该资产管理公司未有实质性合作。

### 伪造保险公司公章,骗取投资者信任

另一类是,某财富公司在与投资人签署理财协议的过程中,称其子公司某金融信息服务公司与某财险总公司签订了《战略合作框架协议》,为出资客户提供信用履约保证保险服务,可以保障客户资金安全等。该协议盖有这家财险总公司公章。在该财富公司网站上,也将该财险公司列为合作机构。

但经这家财险公司核查,发现《战略合作框架协议》上加盖的其总公司公章系伪造,这家财险总公司未与该财富公司或金融信息服务公司建立过战略合作关系。

从上述违规手段来看,这些第三方理财机构对于保险业的动态相当熟悉。借着眼下“P2P+信用履约保证保险”合作模式的火热,便上演了一出“以假乱真”的戏码,以骗取投资者的信任。

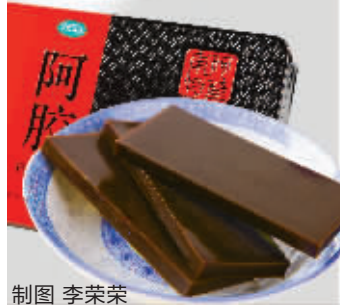
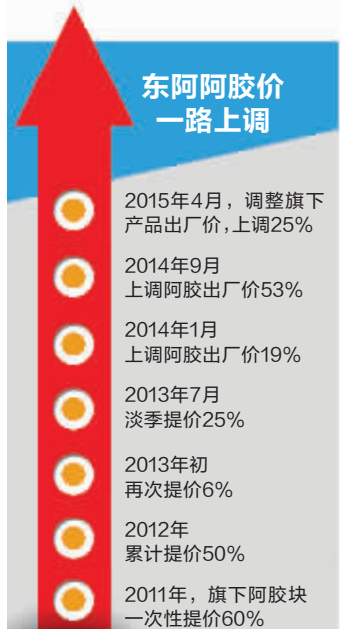
业内人士指出,与第三方理财机构招募原寿险公司营销员、采用非法手段套取处于正常期的保单资金有一点不同,财险公司目前尚未出现营销人员和客户大规模流失的现象。但影响程度一样不容忽视,除了会引起一些投资者的误会引发纠纷后患外,也会在一定程度上影响财险公司以及整个保险行业的声誉。

据《上海证券报》

## 东阿阿胶又提价了

# 十年上调16次,从100多元涨到4000元

公司三款阿胶产品出厂价近日上调15%



制图 李荣荣

十年涨价16次,如今消费者对于阿胶行业老大东阿阿胶价格的连番上涨已经司空见惯。17日,东阿阿胶再发涨价公告,公司对旗下的重点产品东阿阿胶、复方阿胶浆、桃花姬阿胶糕出厂价上调15%,零售价也将相应调整。记者发现,从2005年至今,东阿阿胶终端零售价十年间已从100多元/公斤涨至近4000元/公斤。

### 价格十年涨16次

从2005年至今,东阿阿胶价格十年涨了16次。对于此次的价格上调,东阿阿胶表示,涨价有助于反哺上游原料,促进阿胶全产业链的持续发展。尽管在公告中未披露具体的涨价原因,但是东阿阿胶相关负责人表示,驴皮供应紧张依然是涨价的根源。因为原料收购价格的持续上涨,公司比去年同

期多支出了3亿多元的收购成本。国家畜牧统计年鉴显示,毛驴存栏量已由上世纪90年代的1100万头下滑到目前的500万头,并且还在以每年超过3%的速度下降。目前,全国阿胶生产企业共有约100家,如果这些企业全部满产,每年需要高达400万张驴皮,但全国每年毛驴出栏量才200万头。

### 按兵不动的竞争者

然而耐人寻味的是,尽管东阿阿胶一直在强调原料紧缺造成产品提价,但业内其余几家体量较大的企业在价格变动上却并未跟进。对比东阿阿胶十年提价16次的高频率,竞争者福牌阿胶、同仁堂阿胶均采取按兵不动的战略,少有的几次提价也进行得相当隐秘。以同仁堂阿胶为例,近年只进行过两次提价,分别是2012年将阿胶块价格从每斤570元提升到每斤

690元;2014年提价30%,将阿胶块价格提高到898元/斤。

而东阿阿胶的头号竞争者福牌阿胶只在2013年通过更换包装的方式将每斤480元的阿胶块悄然提价至每斤520元。

在东阿阿胶的官网上可以看到,500g的红标阿胶块价格为1986元。仅从价格对比上看,东阿阿胶的产品价格几乎相当于同业竞争者的两倍。

### 两极分化的格局

值得注意的是,记者发现,在东阿阿胶产品向高端市场日益靠拢的同时,竞争对手福牌阿胶正在消化东阿阿胶甩下的中低端市场,近年来打折促销不断。在平价药店,福牌阿胶正在通过买一送一等方式逐渐侵蚀东阿阿胶在平价超市的空间。

北京鼎臣医药管理咨询中心负责人史立臣向记者表示,目前阿胶市场两极分化的局面已经形成,主打高端市场的东阿阿胶未来很可能会垄断整个上游市场,放弃的中低端市场则被福牌阿胶、同仁堂阿胶、太极阿胶等企业分食。

此外,史立臣特别指出,东阿阿胶主攻高端市场实际上也是身不由己,由于阿胶是单方制剂,行业壁垒低而竞争者众,一旦出现市场空缺,竞争者就一拥而上。东阿阿胶已经没办法挽回失去的低端市场,只能继续向高端进发。

据《北京商报》