

金融深一度

起底“职业退货人”： 薅运费险羊毛 危害电商生态

本报记者 冷翠华

“双11”临近，网购热度持续攀升，为提升网购体验而诞生的退货运费险(以下简称“退运险”)再次被置于聚光灯下。

退运险的初衷是缓解网购过程中因退换货而产生的运费纠纷，提升消费者购物体验，是电商生态运转中非常有必要的“增信”环节，在我国电商行业发展壮大过程中发挥了重要作用。

然而，一部分人发现了其中的“商机”，成为“职业退货人”，利用退运险“薅羊毛”，甚至形成黑灰产业链，非法牟利。这不仅令商家苦恼不已，也让电商平台、保险公司疲于应付，破坏了电商生态环境，增加系统运行成本，也间接侵害了真实消费者的权益。

业内人士认为，针对利用退运险牟利的行为，尤其是黑灰产业链，电商平台和险企要充分完善机制设计，并通过大数据监测等手段进行防范；同时，加大法律层面面对黑灰产业链的惩罚力度，促进退运险发挥应有作用，与电商产业协同发展。

伴随电商行业蓬勃发展

近年来，我国电商行业快速发展。由中国网络社会组织联合会与中国国际电子商务中心联合编撰的《中国新电商发展报告2024》显示，2023年，全国网上零售总额达到15.42万亿元，同比增长11%，中国连续11年稳居全球网络零售市场领先地位。其中，网上实物商品零售额占比攀升至社会消费品零售总额的27.6%。电商对于国民消费的重要性日益提升。

退运险是在买家产生退货请求时，根据合同约定对发生退货时的单程退货运费承担赔付责任的保险。该险种最初诞生于2010年，由淘宝网与华泰保险合作推出，受到电商平台和消费者的广泛欢迎，极大地促进了电商行业蓬勃发展。

目前，除华泰保险之外，众安在线、泰康在线、国泰财险等多家险企也推出退运险。部分险企的退运险保费保持快速增长。例如，2023年，众安在线实现退运险保险服务收入约64.45亿元，同比增长约27.9%。从投保模式来看，当前退运险分为卖家退运险和买家退运险两类，卖家退运险一般由商家购买后赠送给消费者，买家退运险则需要由消费者自费购买。

国泰财险相关负责人对《证券日报》记者表示，商家投保退运险，对提升交易额有帮助，同时有利于降低售后纠纷。对于消费者来说，可以更加放心地购买产品。这是退运险创制的初衷，也是其最核心的作用。

“有退运险，在网上买衣服就不用担心退换货问题了。”消费者林女士对记者说，网购时会首选有退运险的店铺。

多位商家对记者表示，加入退运险计划，店铺流量会提升，订单转化率会提高。在正常情况下，大多数商家愿意加入退运险计划，以降低售后纠纷，提升消费者体验。

退运险诞生以来，伴随着电商行业的快速发展，特别是以直播电商为代表的新电商崛起，保险公司持续获得增量业务。目前暂无最新行业数据，但中国保险行业协会发布的《2022年上半年互联网财产保险发展分析报告》显示，2022年上半年，退运险保费收入82.7亿元，同比增长51.3%。

“好工具”遭遇异化

在退运险快速发展的同时，一些“羊毛党”从退运险上看到了“生财之道”，退运险给相关各方带来的好处渐渐渗出了苦味。

“在家月收入万元起”“每天只需动动手指，轻松推广，手把手教学”……在部分互联网平台上，这类所谓的“攻略”“教程”实际上就是利用退运险来赚钱的，有的甚至被包装为“创业项目”。

记者了解到，这些所谓的“项目”核心思路是：利用有退运险且支持七天无理由退货的店铺购买商品，签收后申请退货退款，并选择自行邮寄退回，再利用低价快速与保险赔付之间的价差获利。这些“项目”还提供应对保险公司风控排查的“套路”。

某电商平台店家墨墨(化名)对记者表示，薅退运险羊毛的行为大多有几个特点，一是拍低价商品，二是新账号，三是部分快递没有拆封就退回。

根据商品和运输距离的远近，退运险赔付金额一般在12元至20元，高的或超20元。为了牟利，一部分人干起了“职业退货”的生意，大量下单并在签收后直接申请退货退款。这种假下单、真骗保的行为给商家及保险公司均带来较大困扰。

甚至，有个别快递企业也参与到利用退运险牟利的产业链当中。一家快递公司甚至公开宣传：“网购平台需退换货时，一定要选择自行寄回，这样就可以拿到退运险的补贴了”“如果退运险赔12元，在这里寄快递只要6元”“果然是退得多赚得多啊”。为了降低运输成本，这些“职业退货人”更倾向于选择小巧轻便的商品入手。“职业退货人”与部分快递公司达成“默契”，骗取退运险的“生意经”基本上也实现了闭环。

墨墨表示，在加入退运险之后，尽管店铺流量和成交量有所上升，但非正常退货也明显上

退运险最初由淘宝网与华泰保险合作推出，受到电商平台和消费者的广泛欢迎

目前，除华泰保险之外，众安在线、泰康在线、国泰财险等多家险企也推出退运险



崔建斌/制图

升。这不仅增加其网店运行的成本和工作量，退货率上升还会影响店铺的美誉度，同时由于退货比例增加，退运险的价格也水涨船高。

墨墨的遭遇并非个案。今年6月份，某女装品牌创始人发文称，随着竞争加剧，电商平台将退运险逐渐变成对商家的强制性配置要求，大大增加了商家的经营压力。同时，一些赚取退运险赔付与实际快递费用差价的“薅羊毛”行为更是加重了商家负担。

记者了解到，针对商家反映较多的问题，电商平台也在持续改进。

今年9月份，淘宝上线了“退货宝”，联合物流公司、保险公司进一步降低商家退货成本。今年即将到来的天猫“双11”期间，“退货宝”还将进一步降费以惠及中小商家，预计商家退货运费成本最高降幅可达58%。同时，针对“退货宝”运费场景下的异常行为，淘宝作为平台方提供服务后，将进一步优化模型提升对异常行为的识别能力，从机制上防范“羊毛党”。

亟须打击灰黑产

业内人士认为，薅退运险“羊毛”非小事，尤其是利用退运险牟利的行为，损害商家、险企、消费者等多方利益，破坏电商行业生态。因此，电商平台、险企、司法机关等相关主体应多方位打击利用退运险非法牟利的行为。

某财险公司相关业务负责人对记者表示，目前险企防范利用退运险牟利的举措主要有两个：一是利用建立在大数据基础上的反诈风控模型，阻止数据异常的

用户投保；二是堵住“价差”漏洞，规定退货只能使用指定的物流公司上门取件，或者根据实际发生的金额，将理赔款赔付给商家，从而避免理赔款流入“羊毛党”。但他同时表示，是否指定退货方式、物流公司以及理赔赔付方式，关系着消费者体验，执行过程中还需要考虑多方面因素。

针对已经发起的可疑理赔，保险公司也采取了一些措施。记者看到一份险企发给“羊毛党”的提示信息显示：“经我司风险扫描，您的以下退货运费险保单理赔可能存在不实情况，请您及时核查。”针对伪造理赔材料、不真实退货理赔、骗取运费险保险金等保险欺诈行为，如经查实，保险机构有义务采取相关措施，向公安机关报案，追究相关责任人的刑事责任以及民事责任。

对于险企而言，当赔付率过高，则需要提高退运险的保费，以避免承保亏损，而直接承受这一结果的便是商家。商家们也试图通过向平台投诉、申诉等各种方式限制薅退运险的“羊毛党”，但效果有限。

利用退运险牟利不仅给商家等主体带来麻烦，也可能给自身带来法律风险。康德智库专家、上海恒隆律师事务所律师邵文利对记者表示，从法律角度看，利用退运险牟利的行为确实存在诸多风险。首先，如果这种行为导致了非法占有他人财产或欺诈商家，那么就有可能会被认定为诈骗罪。根据相关法律规定，诈骗公私财物数额较大的会面临刑事处罚。

其次，即使这种行为没有构成诈骗罪，也可能因违反平台规定或相关法律法规而受到处罚。

例如，电商平台可能会对这种行为进行封号、限制交易等处罚；而监管部门也可能对这种行为进行罚款、责令整改等行政处罚。

事实上，全国各地已发生多起退运险骗保案。例如，今年年初，湖南郴州警方侦破一起恶意申请理赔退运险案件，犯罪嫌疑人通过编造虚假退货信息理赔退运险3万多次，非法获利达20余万元。

为堵上利用退运险薅羊毛的漏洞，邵文利建议从以下四方面入手：一是加强大数据分析，保险公司和电商平台应利用大数据分析技术，对消费者的退货行为进行监测和分析，通过识别异常退货行为，及时发现并处理潜在的欺诈行为。

二是完善风险评估和定价，保险公司应根据消费者的退货历史、购买行为等因素，对保费进行精细化定价。对于退货风险较高的消费者，可以适当提高保费或限制其购买退运险的资格。

三是建立反欺诈监测系统，电商平台和保险公司应建立反欺诈监测系统，对可疑的退货行为进行实时监测和预警，一旦发现欺诈行为，应立即采取相应措施。

四是加强消费者教育，通过宣传和引导，让消费者了解退运险的作用和限制，引导消费者合理使用服务，避免恶意骗保和滥用退货权利。

上述某财险公司相关业务负责人表示，随着电商行业的发展，退运险的作用毋庸置疑，发展前景广阔。在此过程中，电商平台、险企等主体需要不断完善规则，提升大数据和风控技术，从源头堵住漏洞，推动电商行业高质量发展。

年内14家私募 自购金额合计达7.03亿元

本报记者 吕校宇

又有私募证券投资基金管理人出手自购。11月6日，思睿集团发布公告称，思睿集团旗下私募管理人海南思睿私募基金管理有限公司(以下简称“思睿投资”)及员工已于近期申购自有产品，金额不低于5000万元，产品主要投向国内权益和债券市场。

中国证券投资基金业协会官网信息显示，思睿投资成立于2021年8月27日，业务类型是私募证券投资基金、私募证券投资类FOF基金(基金中的基金)，目前的管理规模为10亿元至20亿元之间。

据私募排排网不完全统计数据显示，截至11月6日，年内共有14家私募机构发布过自购公告，合计自购金额达7.03亿元。其中，百亿元级私募机构为自购主力。数据显示，截至11月6日，海南希瓦、幻方量化、进化论资产、因诺资产等4家百亿元级私募机构先后出手自购，合计自购金额为4.64亿元，占全市场私募机构自购总额的66%。

今年以来，截至11月6日，百亿元级量化私募机构幻方量化以2.5亿元的自购金额居首；因诺资产、海南希瓦、进化论资产、宁波梅山保税港区盛麒资产管理有限公司、思睿投资等3家私募机构的自购金额介于5000万元到8000万元之间；陆宝投资、卓胜基金、聚宽投资、止于善投资、华炎私募、久润润泉、汉和资本以及友山基金等在内的8家私募机构自购金额介于1000万元至3000万元之间。

海南希瓦自购最积极，截至11月6日，该公司年内已发布过12次自购公告，合计自购金额为7448万元。

谈及私募机构积极自购的原因，排排网财富管理师负责人孙恩祥在接受《证券日报》记者采访时表示：“其一，私募机构对后市行情充满信心，认可未来市场的投资价值，为未来的上涨行情做准备；其二，私募机构自购可以增强持有人信心。”

展望后市，华炎私募11月5日发文表示：“二级市场在一系列政策推动下重新活跃起来，对我们来说是巨大的机会。”久润润泉认为，从当前成交额、换手率来看，市场交投仍处于活跃区间。短期虽然场外增量资金的人场节奏放缓，但潜在入市资金规模依然较大。中长期继续看好高景气度的科技、医药、消费等板块机会。

持续推动城市房地产融资协调机制扩围增效 商业银行“白名单”项目贷款 投放率更高覆盖面更广

本报记者 杨洁

在有助于房地产市场平稳健康发展的一揽子金融政策推出后，《证券日报》记者从业内获悉，当下，商业银行持续推动城市房地产融资协调机制扩围增效，“白名单”项目贷款投放更加有力，覆盖范围进一步扩大。

11月5日，“深圳金融”微信公众号发布消息称，目前，深圳辖内银行已审批“白名单”项目67个，审批通过金额超过800亿元，授信金额位居全国各大城市前列。国家金融监督管理总局河南监管局数据显示，截至10月30日，河南省“白名单”项目授信投放率已达70.04%，贷款投放规模超750亿元，有力促进了房地产市场筑底企稳，居民对新房交付信心正在恢复。

具体到商业银行层面，多家银行积极部署落实举措，抢抓时间窗口，下实功、出实招、求实效，加快“白名单”项目贷款投放，推动城市房地产融资协调机制和“保交楼”工作再上新台阶。

“我行在总分行建立了不同管理维度的调度台账。总行台账着眼于‘全行一盘棋’，紧紧盯住重点指标和关键项目，确保完成监管要求的各项任务指标；分行台账聚焦在项目的闭环管理，做好项目全过程的对账、服务和反馈。同时，针对已批项目的不同情况分类施策。这一系列举措有助于加快协调机制工作高效运转、加大‘白名单’项目的投放力度。”光大银行房地产业务相关负责人对《证券日报》记者表示，在这一模式的支持下，截至10月28日，光大银行对已批“白名单”项目贷款投放率超60%，较9月下旬提升10个百分点。其中，纳入“白名单”的保交楼项目投放率近80%。

在投放率提升的同时，覆盖范围也在扩大。《证券日报》记者从中国银行江苏省分行获悉，该行主动发挥好国有商业银行在保障民生和支持住房消费方面的积极作用，持续加大对“白名单”、“三大工程”和保障性住房建设的支持力度。截至10月末，中国银行江苏省分行已精准支持“白名单”项目72个，提供融资超290亿元。同时，为超过110个项目提供纾困资金近270亿元，民营企业占比近95%。

10月17日，国家金融监督管理总局副局长肖远企在国新办新闻发布会上表示，要将商品住房项目贷款全部纳入“白名单”，做到“应进尽进”；进入“白名单”的项目，商业银行要做到“应贷尽贷”；优化贷款资金的拨付方式，做到“能早尽早”。预计到2024年底，“白名单”项目贷款审批通过金额将超过4万亿元。

前述光大银行房地产业务相关负责人表示，下一步，将积极配合各地专班做好协调机制“扩围增效”、资金拨付“能早尽早”等相关工作。

中国银行研究院副院长周景彤表示，2024年年初建立的“白名单”融资协调机制已经取得较好效果，截至10月16日，“白名单”房地产项目贷款达到2.23万亿元，有效缓解房企流动性压力、有力保障保交楼。“白名单”项目规模扩容至4万亿元，这意味着项目扩容后，10月中旬至年底的信贷规模增量为1.77万亿元，增量信贷资金规模十分可观，预计将进一步改善房企流动性。未来，“白名单”规模扩容，实现合格项目“应进尽进”、已审贷款“应贷尽贷”、资金拨付“能早尽早”，一方面将为房地产项目带来更多资金支持，缓解房地产行业融资难题，进一步推动已售商品房的竣工交付，缓解房地产行业开发投资的下行压力；另一方面，将有助于改善市场预期，提升居民的信心，推动更多有效需求释放。

券商板块涨势显著 部分个股触发可转债强赎

本报记者 周尚任
见习记者 于宏

近期，在市场整体交投活跃的背景下，素有“牛市旗手”之称的券商板块走出一波鲜明的上涨行情，表现亮眼。

Wind资讯数据显示，截至11月6日收盘，券商板块年内涨幅为28.44%，9月24日以来涨幅为43.59%，整体表现较为出色。11月6日当日，券商板块有11只个股上涨，华林证券、第一创业涨停。然而，随着正股股价的持续攀升，部分券商可转债的提前赎回条款被相继触发，相关券商计划对其可转债实施强制赎回(以下简称“强赎”)。

今年以来，共有57只可转债触发了提前赎回条款。其中，有23家上市公司已经对可转债进行了强赎，10家上市公司近期发布了强赎

提示公告。

浙商证券触发可转债强赎

随着券商正股股价的不断上涨，部分券商可转债的有条件赎回条款被触发，有券商决定对可转债进行提前赎回。11月5日晚，浙商证券发布公告称，浙商证券A股股票在2024年9月27日至11月5日期间，已有15个交易日收盘价不低于“浙22转债”当期转股价格(10.05元/股)的130%(即13.07元/股)，已触发“浙22转债”的有条件赎回条款。

浙商证券决定行使“浙22转债”的提前赎回权，对赎回登记日登记在册的“浙22转债”按照债券面值加当期应计利息的价格全部赎回。投资者所持“浙22转债”除在规定时间内通过二级市场继续交易或按照10.05元/股的转股价格进行转股外，仅能选择以100元/张的票面价格加

当期应计利息被强制赎回。

截至11月6日收盘，“浙22转债”的价格为131.29元/张，转股溢价率为-2.55%，因目前“浙22转债”二级市场价格与赎回价格差异较大，若投资者未及时进行转股或卖出将被强制赎回，可能面临较大投资损失。

东方财富证券发布部副总经理曹源源对《证券日报》记者表示：“强赎通常意味着可转债发行人近期股票价格涨势强劲，此时可转债的转股价值要明显高于债底价值，可转债价格也会徘徊在转股价值附近。因此对投资人来说，进行转股或在二级市场卖出是最优选择。从退出方式选择中也能看出，历史上进行强赎的可转债基本上都实现了极高比例的转股。”

曹源源表示：“对于券商而言，在当前权益市场和可转债市场明显回暖的环境下，提前赎回可转债，能够以极具吸引力的转股收益推动投

资人进行转股，从而降低可转债实际兑付压力；同时，投资人的高比例转股也能够有效补充券商的核心一级资本，增强其资本实力。”

年内23只可转债已被强赎

从全市场情况来看，年内共有57只可转债触发了提前赎回条款。其中，有23家上市公司进行了强赎，10家上市公司近期发布了强赎提示公告，24家券商发布公告表示“不进行强赎”。

9月下旬以来，随着正股市场回暖，可转债市场交投活跃度也显著上升。今年前10个月中，10月份的可转债成交额最高，为1.7万亿元，比9月份增加了8117.98亿元。10月份中，有4个交易日可转债日成交额在1000亿元以上。其中，10月8日产生了年内最高的单日成交额，为1526.69亿元。