

市民杨女士近日反映，她收到某银行发来的消息，称现在关闭短信动账通知服务（下称“短信服务”），改为手机银行提醒，即可获得一笔立减金作为奖励。“我本来享受的是终身免费短信提醒，结果按提示操作关闭后，再想重新开通，却显示要收费 3 元 / 月。”杨女士无奈表示。今年以来，已有多家银行对短信服务进行调整，或由免费改为付费，或提高提醒金额门槛。小小一条短信，为何引发银行集体转向？此举又是否合规？记者就此咨询了通信运营商及法律专家，为储户厘清权益边界。

关闭短信提醒 获银行立减金？

注意:可能有“坑”！



免费短信逐渐消失

“本以为薅了把‘羊毛’，结果反而亏了。”杨女士告诉记者，她手中这张银行卡办理于近十年前，享受短信服务终身免费。然而最近，她收到该行发来的一条短信，现在关闭短信服务，转而使用手机银行推送提醒，即可获得一笔立减金奖励。

杨女士点击链接进入银行 App，按提示操作关闭了短信服务。页面显示，立减金将于次月发放。她随即联系客服咨询，却被告知，后续如需重新开通，将按 3 元 / 月的标准收费。

这并非杨女士第一次收到类似引导信息。早在 2024 年 11 月，该银行就曾通过短信提示客户称，微信公众号已提供免费动账提醒，为避免重复通知，客户可通过手机银行关闭短信服务。如今时隔一年，银行“劝退”力度明显加码。

不仅如此，短信服务的收费标准也在上调。有用户反映，其之前一直按 2 元 / 月付费使用短信服务，但在参加此次活动后，重新开通却发现费用已按新标准上调至 3 元 / 月。

银行为何对短信服务如此“斤斤计较”？

免费短信服务还存在吗？记者以客户身份咨询上述银行获悉，目前该行仅对少数特定卡种还提供这一服务。记者梳理发现，近期包括湖北农信、贵州农信、湖南农信在内的多家金融机构已陆续调整短信服务政策。如湖南农信自今年 10 月 23 日起将个人客户免费短信服务的通知起点金额从 200 元（含）

上调至 500 元（含）；贵州农信则从今年 10 月起对个人新签约账户开始收取短信服务费。

记者向通信运营商了解到，该公司针对企业客户通知类短信，通常按套餐计费，4000 元可发 5 万条，14000 元可发 20 万条，超出部分另计。尽管单条成本低廉，但考虑到国有大行及主要股份行的个

人客户数量普遍以“亿”为单位，上市城商行客户也多在百万至千万量级，短信服务的整体支出仍不容小觑。在银行业净息差持续收窄的背景下，“降本增效”已成为普遍策略。记者查询 A 股九家股份行 2024 年年报显示，其中五家银行员工总数较上年出现减少，六家银行人均薪酬同比下降。

以“小额补偿”换“终身权益”是否显失公平？

针对银行提供立减金邀约客户取消免费短信服务的行为，专家指出，这实质上构成了一种合同变更。上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊表示，储户在银行开立账户并享有终身免费短信服务时，双方已通过默示或明示方式成立服务合同，免费短信服务是银行需履行的合同义务。根据《民法典》规定，银行提出取消短信服务换立减金的邀约，本质是提议对原服务合同中关于短信服务的条款进行修改，若储户按指引完成关闭操作，即构成对该邀约的承诺，双方就合同变更达成了一致意思表示，符合合同变更的核心要件。

从程序来看，合同变更通常无需特殊批准登记手续，只要满足意思表示真实一致的条件即成立。但需注意，依据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》第十六

条要求，银行须明确告知储户取消服务后再次开通需收费等关键后果。同时，《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》第十七条规定，银行披露信息时应使用金融消费者易接收、理解的方式，对关键信息解释说明并供消费者确认已接收完整信息。“若银行完整履行了告知义务，储户自愿操作，则该合同变更程序合法成立。”孙宇昊表示。

那么，以“小额补偿”换“终身权益”是否存在显失公平？律师分析认为，这需结合具体情形判断。银行需坚守合规与诚信原则，储户也应审慎作出选择。在本案例中，银行提供的虽为一次性小额立减金，储户让渡的是终身免费权益，但短信服务对应的成本相对固定，且储户仍可通过手机银行获取免费动账提醒，并非完全丧失动账

告知服务，同时银行并未利用储户的危困状态或缺乏判断能力等情形，而是通过公开邀约的方式让储户自主选择，故通常不构成显失公平。从行为性质来看，银行此举虽出于降本增效的经营需求，但其邀约需保持透明度和公平性，不得通过模糊表述诱导储户，更不得违反格式条款的禁止性规定，作出对金融消费者不公平、不合理的约定。

孙宇昊还提醒，面对银行的此类营销邀约，储户应仔细阅读相关规则，确认取消服务的后果、立减金的领取条件及使用限制等细节，必要时可通过截图、录音等方式留存沟通和操作记录。同时，储户需结合自身对短信提醒的依赖程度理性决策，若确无使用需求，再选择接受邀约，避免因草率操作损害自身长期权益。

（来源：华夏时报等）

一周辟谣

“我37岁，年薪百万 从大厂离职”？

“25 岁的我勇敢从大厂离职”“37 岁，年薪百万，我却从互联网大厂离职”“从大厂裸辞两年的我，如今过得怎么样”……近期，“大厂离职”成为社交媒体上的热词。但与此同时，有人虚构大厂前员工、高管身份，通过“蹭大厂流量”提供名不副实的服务，以求实现商业牟利。

去年 11 月，林先生在社交软件上看到一则帖子，画面中一名女性站在显示企业名称的背景墙前。发帖人同时在笔记置顶评论中自称大厂离职员工，以“招收学员学习计算机技能”和“免费”为噱头吸引网民留言。

林先生留言后，被引导加入一个微信群。群内有专人向其提供编程教学服务，培训总费用为 7880 元。林先生付费后发现，被所谓的大厂光环骗了，课程和大厂毫无关联，就是普通的编程教学。

发现相关情况后，涉事教育公司被诉至湖南省长沙市开福区人民法院。法院认为，被告行为在客观上欺骗、误导消费者，同时抢夺了同行业其他经营者的公平交易机会，侵害了经营者与相关公众的合法权益，构成引人误解的虚假宣传行为。今年 7 月，法院判决被告在媒体上刊登声明，消除因侵权行为对原告造成的不良影响，并向原告支付经济损失及合理开支 5 万元。

记者调查发现，在社交媒体上，售卖大公司离职证明、盗用大厂离职者身份牟利的现象时有发生。社交媒体上一名用户表示，可提供“代办”大厂离职证明的服务，价格为 500 元。其拥有专门模板，可提供电子版离职证明，彩色打印后“与实际加盖公章的效果一致”。凭借从网络下载或伪造的图片，也可以轻松虚构身份、复刻账号和离职帖。

曾在某大型科技企业工作的王先生表示，去年起他接到朋友提醒，有人盗用其个人图片和视频，虚构“大公司前程序员”身份售卖编程课，还自称“八年技术总监、大厂离职、月薪 8.6 万元”“要将技术传承下去，想带几个徒弟”。

多名大型互联网企业负责人表示，当前“大厂离职”赛道成为一些自媒体变现的流量密码。这些账号看似以个人身份在分享职业经历，实则隐藏多元变现“生意经”，且乱象丛生。

与此同时，核实虚假身份信息需要企业投入大量精力，调查取证流程繁琐。即便向平台投诉成功封号，对方也往往通过“换号”规避，导致治理反复、成本叠加。多数虚假言论也难以通过法律实现有效追责，维权效果与投入不成正比。

多名受访人士表示，整治“流量欺骗”行为，需进一步压实各平台审核责任，强化员工隐私保护，提升法律惩处精准度，形成“企业主动、平台主责、社会共治”的全链条治理体系。

（来源：新华社）