

# 个人信息5元500条 临近续保频遭推销 车主隐私泄露屡禁不止为哪般

《经济参考报》周强 胡拿云

“一天最高接到5通电话”“天天接到续保电话让人受不了”“手机被迫改成白名单模式,见到陌生电话都害怕”……在社交平台上,不少用户投诉称,车险临期,车主频频遭遇各类保险电话密集推销,不仅严重影响用户体验,还引发消费者对车险客户信息泄露、行业数据安全及电话营销乱象的担忧。

记者调查发现,车主个人信息在购险、用车等多个环节均存在泄露风险。由于违规成本较低,电话营销扰民乱象屡禁不止,车主的隐私权益难以得到切实保障。

## 营销话术围攻 车主苦不堪言

“我的车险今年1月才到期,可骚扰电话提前两个月就来了,最多一天能接5个车险推销电话。”广州车主陈先生称,这些电话都来自自称中国人保保险公司的不同销售人员,包括直销人员和外包团队。他粗略计算,半个月已接到数十通推销电话,严重干扰了正常工作与生活。

车主黄先生也有类似遭遇。车险到期前,他频繁接到不同保险公司的各类续保电话,报价五花八门,还附带“锁单优惠”“礼品赠送”等承诺。然而,他联系保险公司官方客服后得知,准确报价需在车险到期前一个月内才能生成,此前业务员所提的优惠多为吸引客户的营销话术。“提醒续保可以理解,但用不实报价诱导,还天天打电话,实在让人难以忍受。”黄先生说。

一位保险公司车险部门工作人员透露,在车险到期前,公司通常会通过预留电话联系车主,以避免车辆脱保。如果车主在接到电话后不排斥或继续咨询,工作人员会定期跟进。“我们每天都有通话任务和业绩指标,不打电话很难完成考核。”该工作人员说。

除了保险公司,部分4S店、维修厂也成为电话“轰炸”的源头。海腾保险代理有限公司执行董事李济帆说,信息泄露的源头分散在车主接触的各类“前端场景”。例如,在4S店购车、保养时登记的联系方式,可能在未经授权的情况下被合作方获取并转卖;一些小型维修店信息管理不规范,也加剧了车主个人信息的外泄风险。

## 泄露链条复杂 防范挑战重重

记者采访多位车险业务员了解到,电话推销猖獗的背后,既有业务员的绩效压力,也与行业内外信息流转环节过多、管控不力密切相关,且当前防范与治理面临多重挑战。

——内部管理存在漏洞,业绩导向助长过度营销。根据国家金融监督管理总局发布的《保险销售行为管理办法》规定,保险公司、保险中介机构应当按照合法、正当、必要、诚信的原则收集处理投保人、被保险人、受益人以及保险业务活动相关当事人的个人信息,并妥善保管,防止信息泄露。



新华社 商海春 作

然而,由于个别险企在对客户重要敏感信息的保护和和使用等方面的规章制度建设仍不健全,部分保险公司工作人员在同业间共享车主个人信息数据,从而导致信息泄露。许多保险行业相关从业者信息安全意识不足,存在多种不合规甚至不合法的行为,如在车主车险到期前,受迫于业绩考核压力,忽略客户感受,过度频繁的电话营销和骚扰。

——信息泄露链条冗长,源头追溯困难。车主信息泄露发端于购车、投保、维修等多个环节,甚至还有人在平台贩卖车险用户数据。这些数据一旦发生泄露,很难精准定位源头,跨主体协同追责的难度极高。记者在网络平台检索“车险获客”,出现了大量有关出售客户信息的内容。记者以购买数据为由进行咨询,客服表示可以通过购买获客系统,轻松获取车险客户信息。此外,在某二手平台,也有人在贩卖车险客户电话号码,“5元500条,手机号导出,还可指定城市。”

——违规成本低,营销乱象屡禁不止。广东知险律师事务所律师刘瑞说,保险公司在客户信息管理方面存在过错,导致客户信息泄露,将面临法律诉讼和赔偿责任。同时,对于非法获取和使用客户信息的行为,相关法律法规也规定了严厉的处罚措施,情节严重的非法获取公民个人信息行为可能触犯刑法,构成犯罪。但由于相关法律法规在执行层面力度不足,对保险机构信息管理漏洞、违规营销等行为的惩戒力度不够,违规成本远低于违规收益。中山大学岭南学院教授、博士生导师曾燕认为,监管与执法环节协同不足,难以形成有效震慑,导致电话“轰炸式”营销乱象蔓延。

## 多方协同共治 规范保险市场

根据《中华人民共和国个人信息保护法》第六十九条,处理个人信息侵害个人信息权益造成损害,个人信息处理者不能证明自己没有过错的,

应当承担损害赔偿等侵权责任。

平安财险广东分公司相关负责人表示,应加强客户信息管理,对客户电话等敏感信息进行脱敏处理,防止客户信息泄露,提高获取敏感信息的门槛,限制客户信息使用场景。未来可以用“人工智能+大数据”为核心,构建全周期科技防护体系,升级智能风控,从源头阻断信息泄露风险,减少无效营销对客户的干扰。

由于消费者常处于信息不对称的地位,难以追溯信息泄露源头,维护自身权益时常面临举证难、流程繁琐等困境,仅靠个人努力难以有效保护权益。

曾燕认为,应建立跨部门联合执法机制,形成多元共治格局。信息保护应以保险公司、行业协会、监管机构等主体为核心,通过其主动搭建保障体系,再辅以消费者行动,才能系统性解决问题。要建立跨部门联合执法机制,联合通信管理、市场监管等部门形成监管闭环,让违规企业付出较高的代价。

此外,应加强对保险从业人员相关合规性教育。“对保险从业人员也要进行定期的培训和教育,强化他们的法律意识和职业道德观念。让保险从业人员充分认识到客户信息保护的重要性,自觉遵守相关法律法规和监管要求,规范自己的从业行为,共同营造一个健康、有序的保险市场环境。”曾燕说。

业内人士认为,还可以通过多种渠道,如官方网站、社交媒体、线下宣传活动等,向保险消费者普及客户信息保护的法律法规知识,提高消费者的自我保护意识。让消费者了解自己的合法权益,知道在遇到信息泄露和电话骚扰时如何维护自己的权益。

(李俊豪对本文亦有贡献)

新华社 胡璐 王飞航  
熊家林 许晋豫

## 为爱情减负 给幸福加码 春节期间各地乡村婚俗新风观察

春节期间,山西省运城市河津市樊村镇西磴村。一处院落里,电子鞭炮声此起彼伏。新娘李女士身着白色婚纱,新郎西装笔挺,二人目光交汇、相视而笑,眼底满是对未来日子的憧憬与期盼。没有奢华的排场,婚礼现场暖意融融。

“筹备婚礼的时候,我的岳父母主动提出支持零彩礼,说真挚的感情才是婚姻的基础,高价彩礼只会让家庭背上负担。只要我们婚后生活幸福,他们就很开心了。”32岁的新郎薛先生说。

薛先生告诉记者,这些年乡村发展得越来越好,道路等基础设施有了很大改善。相信只要心往一处想、劲往一处使,凭着勤劳的双手,小家的日子会越来越红火。

西磴村的这场“零彩礼”婚礼,是各地多措并举推动乡村婚俗变迁的一个生动缩影。

结婚本是人生大喜事,可一些农村地区的彩礼动辄几十万元,成为压在农民群众头上的“大山”。

近年来,针对农村高额彩礼突出问题,各地在宣传引导、婚恋服务、打击婚托婚骗等方面综合发力,推动局部地区彩礼上涨势头得到有效遏制。记者近期走进山西、江西、宁夏等地的一些乡村,感受扑面而来的婚俗新风尚。

还没过正月初五,就已经有五名青年给吴雪梅打电话报名相亲。2025年10月,吴雪梅成为宁夏中卫市中宁县舟塔乡“塔姨母 姻缘阁”线下服务阵地的一名“塔姨母”(媒人),在她这里报名的适婚青年超过500人。

据舟塔乡党委副书记李晓燕介绍,2025年,乡里成立了线下公益说媒服务阵地,加强移风易俗政策的宣传。这很快吸引了周边乡镇适婚青年前来报名,目前共有6对青年喜结连理,且均为低彩礼家庭。

“在举办各类联谊活动时,乡里同步开展各类移风易俗宣传活动,引导群众破除高额彩礼、人情攀比等陈规陋习。”李晓燕说,舟塔乡还联合企业,为“零彩礼”“低彩礼”家庭提供婚礼免费场地和宴席打折等服务。

在江西省吉安市新干县,村规民约里把高价彩礼、大操大办等陋习细化成负面扣分清单,与村民的美德积分直接挂钩,积分情况每季度在村口的公示栏张榜公布。

“去年村里有8对新人结婚,有的就是零彩礼。”在新干县璜坡村村委,村党支部书记宋四平翻阅着婚嫁台账感慨地说,放在几年前,想都不敢想能有零彩礼的情况。如今,越来越多的村民开始算“文明账”,不再比彩礼高低,而是比谁家日子过得和睦、婚事办得省心。

近年来,中央一号文件持续关注文明乡风问题,多次部署对农村高额彩礼的破题之策。今年中央一号文件提出,持续整治农村高额彩礼,加强省际毗邻地区联动治理。引导树立正确的婚恋观、生育观、家庭观,培育简约文明的婚俗文化。

“今年中央一号文件对农村高额彩礼强调‘持续整治’,提出省际毗邻地区联动治理,有助于提高治理效能,在减轻农民群众经济负担的同时,推动乡村社会风气不断向好。”农业农村部农村经济研究中心乡村治理与社会文化研究室副研究员庞静洁说。

让婚姻始于“爱”,让彩礼归于“礼”。各地加强移风易俗,用更加简约清新的婚俗新风,为爱情减负,给幸福生活加码。