

# 前脚事故后脚电话 出险报案后的泄密疑云

## 前脚事故、后脚电话 车主：怀疑个人信息遭泄露

“向交警和保险公司报案后，我立马开始频繁接到各种北京宝马4S店的电话，但这些宝马4S店并非我自己当初购车投保的那一家，有些4S店所在片区我甚至从未去过。”2月25日，家住东城区的宝马车主贺琳向北京商报记者出示了一张道路交通事故认定书（以下简称“认定书”），并表示自己的个人信息可能遭到了泄露。

认定书显示，2月21日晚间，贺琳驾驶宝马车在北京市丰台区一小区内，与马芸（化名）驾驶的奥迪车相撞，造成了车辆接触部位损坏。北京公安局公安交通管理局交警赶到后，出具了事故认定。

“在收到太保财险北分 and 上险4S店消息之前，一位自称房山区汇宝行的工作人员就给我打来了电话。然而，此前我并未接近过房山区，且我当初上险购车的4S店是海淀区的某车行，而非汇宝行。”贺琳由此怀疑，自己的个人信息，是否在未经她知情同意的状况下，遭到了非法泄露？

出于对个人信息泄露的担心，贺琳与家人商讨后选择了报警。警方表示，这类状况屡见不鲜，几乎每个礼拜都会出现。

去年8月，杭州的钱江（化名）便表示，车辆发生事故后的3个小时里，他连续接到20多个修理厂招揽生意的电话，然而自己的手机号除了告知处理事故的交通外没给其他人。另外，北京的许文（化名）也对北京商报记者透露，自己同事曾在报案后接到“4S店”电话，然而车被拖走后杳无音信，原来是遭遇了伪装成4S店的骗子。

## 泄密涉多环节 涉事4S店：信息系险企推送

从报案到定损，交警、保险公司多方经手，其中究竟是哪个环节泄露了贺琳的个人信息？

北京商报记者接到爆料后，旋即采访汇宝行相关工作人员。在多次询问究竟是谁向其透露了贺琳的信息后，该工作人员表示，是太保财险北分主动发送的信息。

而从北京商报记者拿到的推送信息来看，上面除了贺琳的名字外，竟准确标明了车主的车牌号、联系方式及报案号等信息。

“汇宝行，我司已推荐三者车京Nxxxxx送至您厂维修，三者联系人：未知，

“谁动了我的信息？”爱车刚刚发生事故，当贺琳（化名）接到素未听闻的车行电话时，因向交警报案完而略微松弛的神经再次紧绷起来。

近日，北京商报记者接到爆料称，家住北京市的贺琳在丰台某小区发生剐蹭事故，打完交警及保险公司的报案电话后，接到了远在房山的维修店电话。对方主动提供的“免费取车、送一次保养”让贺琳不禁心生疑惑，自己的信息被盗了？

那么，究竟为何保险公司定损员未出现，维修电话便主动打来？自己投保的4S店就近在咫尺，远在房山的维修店为何开出“诱惑”主动“请缨”？更为重要的是，又是谁给房山的维修店提供自己的信息？

联系方式：139xxxxxxx，报案号：C110112xxxxxxx【太平洋保险】

难道真的是保险公司泄露了自己的信息？贺琳如是疑问，贺琳拨通了太保财险的客服电话并反映了上述情况。然而，客服表示，系统中只看到给贺琳推送到某车行的信息，没看到推送到其他车行4S店维修厂的信息，不排除可能是系统出现了故障，并表示将向北分反映并核实具体情况。

“案情”陷入僵局，愈发扑朔迷离。究竟是谁偷了车主的信息？是“监守自盗”，还是另有隐情？

北京商报记者就此问题采访太保财险北分。该公司表示：“我司提供的定损引导服务不强制当事人必须去指定地点定损及维修，未发生客户信息泄露行为。”

“为了向三者方提供高效且有维修质量保障的理赔服务，我司根据报案的时间和地点，安排宝马品牌4S店汇宝行联系车主，以便做好事故后续服务”。太保财险北分表示，事发当日，宝马车与奥迪车发生交通事故，奥迪车主在现场报案，根据其表述将奥迪车作为事故主车方，将宝马车作为三者方。

## 就近原则是否成立 业内：未经允许不能直推

“将信息推荐给房山汇宝行，是太保财险北分系统以奥迪车信息为准，按照就近

原则向车行进行的推送。贺琳接到太保财险北分如是回复。然而，事实果真如此吗？

对太保财险北分的回复，贺琳并不认同。她表示，以其家为中心方圆十公里内，有6家宝马4S店，距离最近者开车只需要六七分钟，到达她自己上险购车的4S店开车也只需要15分钟。然而，太保财险北分推荐的4S店开车需要四五十分钟，中途甚至需要经过高速公路；“就近原则”一说显然并不成立。

贺琳还表示，在收到汇宝行电话之前，她并未接到该保险公司征询她是否同意自己的个人信息被推给多家4S店的相关通知。

那么，这类操作是否是业内运作常态？对此，北京商报记者采访多家北京保险机构，均表示这种做法并不妥当，在将车主信息推送给4S店之前，保险公司应先征求消费者意见。

关于该事件中系统判定的全责方报案后，三者方车主信息被自动推送这一现象，北京某财险公司车险理赔负责人指出，该过程中缺失了报案中心沟通环节和查勘员与三者方车车间的沟通环节。

“原本报案中心或者查勘员应与三者方沟通，告诉三者方公司准备推送的4S店地址，并征求其同意后推送。本次事件中，保险公司跳过沟通环节，直接将客户信息推给4S店，便埋下了客户信息泄露的风险隐患，这显然是报案中心未尽到自身职责的。”对此，该人士如是解释。

## 附加服务还是另有他谋 高额利益或成驱动力

“向三者方提供高效且有维修质量保障的理赔服务”是太保财险北分对自主推送消息的说辞。

有业内人士指出，险企为了“提供更好的服务”，将信息推给多家4S店，可能是防止消费者因险企处理“不及时”不满投诉，而让多家4S店“竞速”。

然而，随着一番调查后，车主信息泄密谜团终“拨云见日”，而一张由险企和4S店共同编织的巨大利益网络也随之浮出水面。

有车险理赔人士介绍称，正常情况下，保险公司系统有维修中心，其有维修信息设定，消费者在哪家车行上险，险企维修中心系统就会将车辆出险信息以短信形式推送给这家车行；而如果是通过电话销售渠道投保的车辆，险企则会根据内部相关维修规则进行维修。

该人士补充道，一般优先推给险企合作的4S店，且推修的优先顺序方面，一般遵循就近原则、车型及品牌匹配、优先满足送修比未完成的逻辑。所谓“送修比”，即保险公司送修产值与当期新车保险金额和当期续保保险金额之和的比值。

对于消费者交通事故报案后，短时间接到大量车行4S店“拉客”电话的现象，另有车险负责人对北京商报记者透露，这肯

后是4S店之间同质化带来的激烈竞争和巨大压力。

“部分4S店为获客，除了‘争夺’用户信息外，还会给消费者提供额外的利益，如高达数千元的保养服务，以提升自身对消费者的吸引力和市场竞争力。除了4S店竞争压力之外，推送修市场存在的暴利，或许也是其‘野蛮生长’的‘肥料’之一。”该人士直言。

上述分析人士还表示，险企和4S店之间利益相关，一方面，部分被推修的车行4S店，可能会将险企理赔的一部分“返点”给保险公司；另一方面，4S店推销出一定保险时，保险公司除了按规定支付手续费外，还会按照所收4S店保费规模给予4S店一定推送修业务，而推动业务产生的利润，也会有部分以“返点”形式流至保险公司。

## 不当提供个人信息 律师：情节严重涉犯罪

北京格丰律师事务所合伙人、律师郭玉涛介绍称，据《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》（以下简称《解释》）第三条规定，向特定人提供公民个人信息，以及通过信息网络或者其他途径发布公民个人信息的，应当认定为刑法第二百五十三条之一规定的“提供公民个人信息”。

未经被收集者同意，将合法收集的公民个人信息向他人提供的，属于刑法第二百五十三条之一规定的“提供公民个人信息”，但是经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。

“从事实看，这家公司获得双方车辆的信息是正当的。但在未经客户许可的情况下，擅自向修理厂推送客户的信息，这个构成不当提供公民个人信息行为，如果向多家修理厂提供信息，就更不妥当了。”对于这一事件，郭玉涛如是评价。

同时郭玉涛直言：“考虑到该保险公司的客户众多，这样的行为恐怕也不少见，那么很有可能该保险公司向修理厂提供的信息超过了2500条，因此取得的回报收入超过2500元，那么按照《解释》第五条第8）项之规定，应该算是构成情节严重，恐有构成犯罪之嫌。”

因此郭玉涛呼吁，各保险公司对此类情形，最好征求客户同意后，再向有关机构推送客户信息为宜。

北京商报记者 陈婷婷 周茜怡

# “不买保险就禁售” 电商强制商家投保会否成趋势

一则“亚马逊强制商家购买保险”的消息引发轩然大波。那么，被亚马逊“强推”的商业综合责任险有何乾坤？强制投保措施，在未来是否会成为电商、保险行业的群体性现象？

亚马逊发布的邮件称，连续三个月的销售总额达到1万美元后的30天内，卖家需要购买并维持至少100万美元（保额）的“商业普通保险”、附加责任险或超额责任

险，并提交责任保险证书。同时，亚马逊还向卖家表示：如逾期不执行，该商家将面临在亚马逊平台禁售商品的风险。

商业综合责任险在欧美市场投保极为普遍。随着邮件一同发出的还有推荐投保的三家保险公司名单，包括美亚、安达、史带三家保险公司。安达保险相关负责人介绍，针对此次亚马逊的具体要求，安达保险的定制方案涵盖100万美元赔偿限额的

产品及完工操作责任风险保障，这也是此次亚马逊的核心要求。

那么，商业综合责任险缘何登上亚马逊官方“强推榜”？首都经贸大学保险系副主任李文中表示，在网络平台销售商品，可能由于商品质量缺陷造成第三人损害，或者因发布广告侵害第三人权益需要对第三人进行赔偿。同时，亚马逊平台可能会被法院判定承担共同侵权赔偿责任。

亚马逊平台要求商家购买该保险产品显然是为了防范其可能面临的责任风险。当然，这应该与近来全球多国加强互联网平台监管有关。

该平台的强制投保操作，在电商行业有无可复制性？在未来是否会成为行业常态？业内人士表示，预计这只是电商加强风控的第一步，未来不排除逐步向所有卖家进行推广。电商作为新兴销售渠道，在

业务发展初期对风控的要求相较传统渠道要随着业务量的快速上升，产品质量及责任问题凸显，倒逼电商平台加强风险管控。可以预见的是，电商平台最终会像沃尔玛和家得宝等传统线下平台一样，主动识别风险并转嫁风险，而向商家强制要求商业综合责任险或产品责任险这一举措，是必然趋势。

北京商报记者 陈婷婷 周茜怡

## 中信银行北京分行春节前慰问北京公交集团一线员工

春节将至，福满京城，春节前夕，中信银行北京分行组织全辖70余家网点面向北京公交集团各场站机构开展慰问活动，向公交集团职工们送上新春慰问和祝福。

本次慰问活动自1月末开始，中信银行在京70余家网点在分行的部署下，统一启动，陆续前往北京公交集团各营运场站、车队及分支机构，为公交集团一线职工们送上特别准备的福字、春联等新春佳节特色年俗用品，并组织开展金融知识讲座、理财服务规划等丰富多彩的活动，向节日期间坚守在城市服务第一线的公交职工们送上关怀与爱心。本次活动持续约2周时间，中信银行北京分行陆续完成对北京公交集团

百余个一线营运场站、车队及分支机构的慰问工作，用实际行动履行社会责任、传递中信银行有温度的服务。

中信银行作为我国改革开放中最早成立的新兴商业银行之一，以建设成为有担当、有温度、有特色、有尊严的最佳综合金融服务企业为发展愿景，并在近年持续深化零售业务转型。北京分行作为中信银行系统内的排头兵，多年来植根首都，向市民提供零售银行、信用卡、消费金融、财富管理、私人银行、出国金融、电子银行等多元化金融产品及服务，全方位满足京城百姓的综合金融服务需求。

本次春节期间，除面向公交集团这

样的公共服务企业开展关怀之外，中信银行北京分行还联合大北照相馆、海底捞、百盛购物中心、燕莎友谊商城等知名商家推出了“金牛■腾，福满京城”系列活动，并通过在京70余家网点和“中信银行北京分行”官方微信公众号开展线下及线上持续服务，为在京过年的群众送上温暖祝福，践行“信守温度”服务理念。



### 公告

根据《新闻记者证管理办法》和有关规定，对北京日报社符合规定的采编人员资格进行严格审核，现将我报社拟通过年度核验人员名单及拟领取新闻记者证人员名单进行公示。

#### ■ 已领取新闻记者证人员名单：

陈婷婷、陈伟、程铭劼、董家声、董亮、方彬楠、关子辰、郭诗卉、郭秀娟、韩哲、胡立群、胡晓钰、蒋梦惟、金朝力、孔瑶瑶、蓝朝晖、林琴、刘凤茹、刘佳、刘洋、刘一博、卢扬、马嘉会、马元月、孟凡霞、彭宇、齐琳、钱瑜、石飞月、隋永刚、陶凤、王海岩、王万利、王维祎、王晓然、魏蔚、吴文治、肖玮、谢佳婷、徐慧、杨月涵、姚倩、岳品瑜、张笑嫣、张绪旺、赵述评、郑蕊、周科竞、宗泳杉

#### ■ 拟申领记者证人员名单：

李威、刘晓梦

北京日报社监督举报电话：010-64101810  
北京市新闻出版局监督举报电话：010-55569011