

1200元租蓝V 山寨保险号“画皮”

在社交平台上,带有蓝V认证标识的账号,通常被看作是官方背书。然而,当北京商报记者历时数月,排查近万个保险类账号后发现:一批认证为保险公司分支机构的账号,IP集体“漂移”到了香港、澳门乃至海外;主页推销的是港险对比和跨境投保攻略;私聊之后,对方发来境外保险产品链接,名片上却写着“保险经纪人”。进一步而言,涉及账号租赁或被租赁嫌疑的保险公司多达十余家,从相关分支机构对应的总公司来看,既涵盖大型公司,也有中型公司,既有银行系险企,也有经过多年风险处置后新成立的保险公司。

明明认证主体是某头部险企山东某地支公司,运营者却在广东推销境外保单……这些账号从何而来?谁在为他们提供真实的营业执照认证?北京商报记者先后以“买家”“同行”“业务合作方”等身份接近相关业务人员数月,一条明码标价、年租金仅千元的保险牌照租赁地下产业链浮出水面。



蓝V下的“画皮” 认证主体与运营者脱节

北京商报记者在某社交平台以“保险理财”“理财险”为关键词地毯式检索并逐一排查近万个账号后,发现部分账号疑似“挂羊头卖狗肉”,即发布的内容与公司认证主体存在出入……

具体而言,一批认证为“××保险公司营业部”“××保险公司支公司”的账号已初具规模。这些分支机构的地址集中在县城,但账号IP却无一例外地显示在香港、澳门甚至东南亚国家或美国。如某财险公司某地支公司IP显示在香港。

从公司层面看,涉及上述情况账号主体既有行业排名靠前的头部保险公司,也有中小保险公司。

北京商报记者持续追踪发现,部分账号尚在“养号”阶段,未在每条内容中直接暴露营销意图,但个人简介中“保险规划师”“深港跨境保障”“内地香港双视角”等字眼已隐隐指向某种方向,关注列表更是挤满了宣传港险的同类型账号。到了更“成熟”的阶段,这些账号便毫不遮掩地发布内地与香港保险业的对比信息、储蓄分红的收益测算,内容专业细致,唯独与认证主体毫无关系。

如总部位于上海的一家寿险公司威海市荣成支公司的认证主体,在相关社交平台发布内容处处指向香港保险,并在置

顶内容中说明了“常驻香港”。北京商报记者通过其账号添加对方为微信好友,对方迅速发来几款香港保险产品介绍,直接询问购买意向。当北京商报记者追问“你是哪家公司的”,对方答:“那不重要。我不代表任何一家保险公司,所有保险公司我都可以卖。”其名片显示,此人是一名从业多年的保险经纪人,熟悉内地与境外各大保险公司的理财收益和合同条款。

不止于此,一家总部位于北京的国有保险公司开封市中支杞县营销服务部的认证账号,北京商报记者通过微信与对方取得联系后,对方表明自己身在美国,做的是美国保险业务,看记者感兴趣,发来“为什么选择美国保险”介绍文章的同时,还邀请北京商报记者进入“美国退休理财群”。“很多人称来美国旅游,送孩子上学,顺便就买了。当然也有人专程过来,就是为了买美国保单的。”对方表示。

根据该社交平台规则,企业号认证需提交营业执照、认证公函、运营者信息等,缴纳审核费用。认证后可享受粉丝画像分析等商业权限,营销内容容忍度也更高。显然,上述部分情况凸显出认证主体、实际运营者、IP所在地,三者难以匹配且完全脱节。

借壳内幕 资质年租千起,永久1.8万元

是谁在为提供账号认证服务开口子?自身没有资质或是非保险从业人员,拥有一个保险公司分支机构认证的账号,难易程度几何?

北京商报记者以“有账号认证需求”的客户身份为掩护,辗转多个渠道接触账号认证链条上的关键人物。

据其介绍,部分来找他帮忙认证的客户希望账号认证满足两个条件:公司经营范围含“保险”,公司持有保险中介许可证或保险许可证。

上述人员一般倾向客户选择知名保险公司的分支机构用于账号认证注册。至于为何推荐这类公司的分支机构资质,对方的解释透露出这条产业链的“精细算计”：“用执照得保证一点,不管是‘套用’还是‘借用’,如果你用了,他们公司自己也要用,就有冲突。而大公司、知名公司不存在这个问题。”他进一步交底:这类公司有自己的获客渠道,下面营业部不自主获客,县城一级的负责人既不会允许员工拿执照注册账号,自己也不会做。但小公司不同,“铺开的面小,自己也要在互联网上获客求生存,不保证他们以后不开账号”。“客户要啥基本都能满足。”对方语气笃定,“要么是××保险有限公司××营业部,要么是××支公司,都能匹配。保险代理公司主体也可以认证。”据其透露,仅他手中可租赁的保险公司分支机构主体就有三家以上,根据对方向北京商报记者推荐的部分可认证的公司主体,包括某财产保险股份有限公司茂名市支公司化州营销服

务部、某财产保险股份有限公司茂名市支公司、某财产保险股份有限公司茂名市茂南支公司。

在与另外的账号资质租赁主体沟通中了解到,也不乏头部险企下辖机构。如某人寿保险股份有限公司保定市新市支公司、某人寿股份有限公司顺平支公司,这两家分支机构对应的总公司,知名度、保费规模均为行业头部。

关于价格,由于上述团队分为上游和下游,一般而言,下游的渠道更为直接地面向有需求的人群,价格也更“亲民”。北京商报记者从下游渠道人员处了解到:每年1200元左右的租赁费,加上平台600元认证费,共计约1800元,即可拥有一个认证为保险公司分支机构的蓝V账号。一般当天认证完成,最晚次日,只需要提供一个在相关社交平台上用手机号注册过的空账号即可。若对认证主体地理位置有特殊要求,需额外加价。“我们拿‘牌照’是成批拿,没办法要求人家按指定地点筛选。”对方说。

也有提供账号资质认证的人员声称,保险公司认证主体的资质租赁,永久使用需1.8万元。更值得关注的是,这条产业链已经发展出了颇为“专业”的服务体系。部分账号租赁方会建立专门的售后服务群,由技术人员长期跟进解决账号使用中的问题,并提供社交平台运营策略指导。据其中一人透露,其团队生意好的时候,“一天能成交三五单保险相关的账号租赁业务”。

一张真实营业执照,为何能轻易流入“黑市”,并具有一定的“市场”?

多位受访人士给出了分析。北京劭和明地律师事务所保险律师李超对北京商报记者表示,首先是境内保险代理人的利益驱动。在当前低利率环境下,境内保险产品尤其是储蓄型保险的收益吸引力下降。相比之下,部分境外保险产品如香港储蓄险在演示收益上具有优势,导致境内代理人为了高额佣金铤而走险。

与此同时,一条扭曲的利益链正在暗中运转。李超指出,部分保险公司分支机构出于获利目的,涉嫌无视合规风险,将真实的营业执照和账号资质低价出租,沦为下游黑灰产的“背书工具”。而消费端同样存在问题。一些境内消费者盲目追求境外高收益产品,加之部分消费者缺乏专业金融素养,容易被社交平台上“高收益”“多币种配置”等话术诱导,忽视了境外保单背后的汇率风

险、法律适用差异和理赔难题。

“还有一个不容忽视的环节,”李超补充道:“相关平台审核机制明显存在漏洞,尽管社交平台有企业号认证机制,但对于企业号后续的实际运营者是谁、发布的具体内容是否超范围,平台往往缺乏有效的持续监管手段,容易被伪造资料或利用空壳公司的手段蒙混过关。”

对外经济贸易大学保险学院院长谢远涛也将原因归纳为三点:一是利益驱动,港险及境外保险产品收益率往往高于内地,中介有强烈动力向内地居民推销;二是监管套利,境内对互联网保险营销日趋严格,部分从业者转向地下渠道,利用平台认证漏洞绕过监管;三是平台审核不严,社交平台对机构认证账号的后续使用缺乏有效监控,认证一次后账号用途几乎不受约束。此外,部分险企内部管理松懈,对分支机构账号疏于管控,客观上为账号租赁提供了可乘之机。

漏洞背后 谁在供养这条灰色产业链

一位资深保险业高管向北京商报记者透露了更深层内情:保险中介公司账号被陌生人租赁较为常见,但保险公司层面的账号租赁相对少见。但无论如何,牌照一旦外借并用于社交平台认证,使用者可能是保险中介人员,也可能根本不是保险从业者。

因此,在消费者层面,风险不可忽视。李超表示,第一,消费者面临“维权无门”的困境,境外保单不受《中华人民共和国保险法》保护,一旦发生理赔纠纷或退保,消费者不仅要面临高昂的跨国诉讼成本,还可能面临境外法律与国内差异带来的败诉风险。第二,消费者的资金安全存在风险,大额购买境外保险可能涉及地下钱庄换汇,资金存在安全和合规风险。而境外保险机构资质良莠不齐,长期看存在巨大的本金损失风险。第三,这些行为扰乱境内金融市场秩序,破坏了境内保险行业的公平竞争环境,并严重威胁国家金融安全和外汇管制。

多重违法叠加 资质冒用、地下保单与跨境洗钱风险

一个看似简单的“账号资质租赁”行为,背后是多重违法甚至犯罪行径的叠加。

谢远涛指出,该行为本质上属于资质冒用与非法从事保险营销活动。保险公司分支机构将认证账号打包出租给第三方,第三方再转租给他人宣传境外保险,这涉嫌违反《中华人民共和国保险法》中关于保险经营主体资质的规定——只有持牌机构及其合法从业人员才能从事保险营销。同时,利用境内保险公司认证账号宣传境外保险,还涉及跨境非法销售保险,可能构成虚假宣传和欺诈。这是一种系统性规避监管的行为,链条上的每一环都存在法律瑕疵。

中国政法大学教授、博士生导师胡继晔在接受北京商报记者采访时给出了更为明确的法律定性。他指出,个人“实名制”由来已久,比如银行存款账户必须实行个人“实名制”。从社交平台账号层面而言,更应当实行“实名制”,如果存在租赁账号等行

为,则涉嫌违反关于“实名制”的法规、规章和规范性文件。在“实名制”的要求和背景下,公司账号租赁给他人使用,还有可能违反《中华人民共和国刑法》,如可能触犯《中华人民共和国刑法》第一百九十八条的保险诈骗罪。

李超从三个维度进行了更深度的剖析。李超表示,从法律与监管视角看,这属于违规跨境展业与非法金融营销。境内的保险从业人员或中介机构租用境内保险分支机构的账号,在境内宣传并推销境外保险产品,实质上构成了在内地从事保险销售活动。这违反了关于保险业务地域限制的规定,属于典型的“地下保单”或违规跨境险。

“从网络安全与资质视角看,这属于冒用资质、买卖实名网络账号以及欺诈消费者。”李超表示,租赁方并不具备所租用分支机构的代理权,却在社交平台上使用该机构的蓝V认证、名称和背书来为自己引流,属

于盗用他人名义进行虚假宣传和欺诈。同时,买卖网络实名账号规避了国家关于网络实名制的监管规定。

从外汇管理与金融安全视角看,这种行为极易衍生非法买卖外汇和洗钱风险。李超表示,由于境内个人每年有严格的外汇购汇额度限制,购买境外大额保险往往涉及资金出境,部分黑中介可能会协助客户通过地下钱庄等非法渠道换汇,严重扰乱国家外汇管理秩序。

更值得警惕的是,这一灰色地带在监管实践中面临诸多难点。谢远涛分析,监管存在真空地带。监管归口上,金融监管总局负责保险营销行为监管,市场监管总局负责广告和资质管理,网信办负责平台内容治理,但三者间存在交叉和盲区。监管难点在于:账号认证主体与实际运营者分离、IP跨境的证据链固定困难、跨境执法协调成本高、灰色产业链隐蔽性强。

监管政策收紧 保险营销须持资格

乱象浮出水面之际,监管也正在收紧。近期,金融监管总局等多部门联合发布《金融产品网络营销管理办法》(以下简称《办法》),自2026年9月30日起施行。《办法》明确,任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意,不得在网站、移动互联网应用程序及互联网用户账号名称中使用“保险”“商业保险年金”等涉金融属性字样或者内容。任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意,不得使用包含“保险”“商业保险年金”等涉金融属性字样的商标。《办法》还明确,金融机构、第三方互联网平台外的其他组织或者个人,不得开展或者变相开展金融产品网络营销。这意味着,保险营销人员仅可在持牌金融机构官方账

号、合规授权账号内开展直播、短视频等保险营销推广活动,且开展线上保险营销的人员必须是持有资格的机构从业人员,并获得金融机构授权同意。

业内将此视为“穿透式”监管的落地。《“办法”要求金融机构对营销环节负全责,迫使金融机构主动清理‘内鬼’和外部黑产合作,从而实现将所有金融活动纳入监管的宏观目标。”李超认为,这一要求的出发点在于防范金融风险,保护消费者权益。金融产品具有极强的专业性和风险性,非持牌机构或个人往往缺乏必要的风控能力和适当性管理能力,极易误导投资者。严禁个人随意营销能有效切断金融诈骗和误导销售的源头。当前金融产品网络营销乱象丛生,虚假宣传、强制搭售、引流至非法平台等乱象层出不穷。

针对如何根治乱象,李超认为,对消费者而言,应树立理性投资观念,切勿轻信社交平台上的“高收益”承诺,坚决拒绝任何形式的“地下保单”;如有境外资产配置需求,应通过两地监管机构认可的官方跨境渠道办理,并充分了解境外保单的法律风险。

谢远涛表示,平台应建立认证账号的动态监控机制,对IP地址异常、宣传内容与实际资质不符的账号及时处置,并建立保险类营销内容的专项审核流程。监管层面,建议建立跨部门协同机制,金融监管总局与网信办、市场监管总局信息共享,对违规账号实施联合惩戒,同时推动跨境保险监管合作。

当一张营业执照可以1800元“借壳”上市,消费者的信任还应安放在哪里?留给灰色产业链的时间,越来越少。

北京商报金融调查小组