

强行赠送“飞铁保”，泰康人寿意欲何为？

文/图 羊城晚报记者 胡彦 吴珊

“尊敬的客户，您的飞铁保Plus（互联网）已领取成功，保单号为……”近日，羊城晚报记者收到多条消费者投诉，称在不知情、未同意的情况下，收到了泰康人寿发来的短信，莫名其妙被强行赠送了一款名为“飞铁保”的保险。随之而来的是无休止的保险电话推销以及退保难等问题。依据保险监管部门有关规定，赠送保险应向投保人出具纸质或电子保单；严禁以赠送保险为由，变相开展违法违规业务或进行不正当竞争。

强行送

消费者小徐称，上个月初，他在毫不知情的情况下，莫名其妙收到了泰康人寿发来的上述短信，短信中甚至明确写出了他的保单号码。“我从来没有注册过飞铁保，更不了解这是什么东西。我要求退保并清除个人信息。”小徐说，在没有得到本人同意的情况下，泰康人寿擅自自主为他开通了这项不知是什么保险的服务，这让他很气愤。“我突然收到了泰康人寿发来的短信，说赠送我一份百万保障好礼。”消费者魏先生说，

他出于好奇就点了短信中的网站链接，竟发现里面有他的个人信息。“我从来没有输入过个人信息，怎么网页里面会有呢？”魏先生说，随后，他也收到被成功赠送飞铁保的短信。

与小徐和魏先生不同，泰康人寿在为沈女士投保前似乎打了招呼。沈女士告诉羊城晚报记者，近期，她经常收到不同号码的陌生来电。一次，她不小心接听陌生电话，对方自称是泰康人寿的工作人员。一听是卖保险的，沈女士直接挂断了电话。“没

买过，也不想买。”沈女士说，她原本以为这件事就此了结，没想到几天后，她竟然收到了飞铁保投保成功的短信，还附有泰康人寿的客服电话。“因为我从未买过保险，起初怀疑这可能是诈骗信息。”随后，沈女士根据短信指引，拨通了泰康人寿95522客服电话。经过多次摸索，先按“5”，再按“1”，最后选择人工客服，沈女士才成功找到客服并确认保单是她的。客服还表示：“这是一款免费的赠险，到期后不会自动续期扣费，不管它就行了。”

被骚扰

真的不管它就行了？消费者小维称，被强行赠送飞铁保后，她经常接到泰康人寿的推销电话。“每次号码都不一样，拉黑一个，下次又换一个。”小维称已不堪其扰。另一位消费者陈女士则称，在收到飞铁保赠险后，经常收到让她升级飞铁保的骚扰电话。这已经影响了她的正常工作和生活，让她十分烦恼。

由于担心日后继续被推销保险，沈女士再次拨通了泰康人寿的客服电话要求退保。客服人员称，一定要她提供姓名、身份证号进行核对才能退保。对此，沈女士深感不解，并质疑“被投保”时未经她同意，退保时却要提供隐私信息，“真是‘反向’收集个人信息啊！”

记者调查发现，在赠送飞铁保时，泰康人寿还存在没有送对人的情况。小维说，在联系客服

退保时，他发现被赠的那份飞铁保保单上的姓名和手机号码是她的，但身份证号不是她的。关于这份送错的保单是否有效，客服人员并不直接回应，而是建议通过泰康人寿的微信公众号或者App查询。记者和小维一起按照指引进行查询，发现仍然需要绑定手机号码、使用身份证实名认证后，才能查看保单。

另一位消费者吴女士的退保路则更艰难，在联系泰康人寿无法顺利退保后，她拨打了保险监管部门的热线电话12378，提供参保地信息后，再转到当地保险监管部门进行投诉。几经周折，才收到泰康人寿的客服电话，称已成功退保、会把她的信息删除。

调查中，记者还发现，消费者对泰康人寿飞铁保的投诉量很大。在黑猫投诉平台上，以关

键词“飞铁保”进行搜索，可以查询到近几年的3100多条相关投诉。比如，“泰康人寿未经同意私自获取客户资料私自开通飞铁保Plus（互联网）”“泰康人寿未经本人允许私自签订飞铁保合约”“泰康人寿私自投保，疯狂给我打电话”“未经本人允许，2023.1.11泰康人寿通过手机短信擅自给我投保”等等。而这些投诉中，基本都存在被强行赠险、退保难等问题。

记者对比去年和今年的投诉信息发现，今年1月、2月“被投保”人收到的短信中，少了去年曾有过的保单“生效时间”和“电子保单网址”。也就是说，目前，消费者无法直接从短信中了解到保险责任、保额、保障期、理赔手续以及被保险人、受益人等重要信息。这也变相为消费者维权制造了障碍。



图片为黑猫投诉平台上，部分有关泰康人寿“飞铁保”的用户投诉截屏

有规定

令人费解的是，泰康人寿如此喜爱赠送消费者飞铁保，但在官网中，竟然找不到这款产品的任何信息。随后，记者又登录泰康保险集团官网，“泰康人寿”微信公众号等官方渠道进行查询，最终在该微信公众号去年4月底推送的《快乐劳动节，泰康人寿送福利啦！好产品不打烊》一文中，找到了“保障免费领”链接，依据该链接，终于找到了“飞铁保Plus畅玩无忧，0元体验版90天乐悠游”产品。产品方案中提到，保障责任为“航空意外身故/伤残”，保额分别为100万元和50万元，投保年龄为18—65周岁，保险期间为90天。同时注明：每一被保险人只能获赠一份。该保险的备案号为泰康人寿(2021)意外伤害保险10号。

不过，记者在该产品页面底部的《产品条款》中看到的却是《泰康e顺短期交通意外伤害保险(互联网)》条款，在合同成立及生效条款中明确指出“您提出保险申请且我们同意

承保，本合同成立”。在需要关注的其他事项中提到“订立合同时，我们应该向您说明本合同的内容……”

此外，有部分消费者投诉称收到的是飞铁保(黄金版)，据客服介绍，与Plus版不同，黄金版的保险期间为一年并称这些赠险生效的前一天会发送短信通知。

据了解，我国对于保险公司赠险有严格规定，早在2015年保险监管部门就下发了《中国保监会关于规范人身保险公司赠险有关行为的通知》(保监发〔2015〕12号)。其中提到，赠送保险是指保险人在订立保险合同同时，免除投保人支付保险费的义务，或者代替投保人履行支付保险费的义务。人身保险公司可以以促销或者公益事业为目的赠送人身保险，但不得赠送财产保险，同时强调“人身保险公司应向投保人出具纸质或电子保单”。此外，严禁以赠送保险为由，变相开展违法违规业务或进行不正当竞争。



消费者提供的短信截图

涉隐私

调查中，许多消费者明确表示，自己从未主动投保过泰康人寿的飞铁保。那么，泰康又是通过何种途径获取消费者的个人信息呢？羊城晚报记者以消费者身份与客服人员进行了多次沟通。一再追问之下，对方透露，可能是消费者在高铁、航空等第三方平台下单时“中招”。“点击相应链接或获取验证码等也可能被赠险。”客服称。

据此前媒体报道，有人购买某款饮料，瓶盖显示中奖，在扫码提现时“被投保”；有人扫码租借充电宝时，点击赠礼活动的链接也“被投保”；还有消费者在微信问卷小程序参加转盘抽奖后，也无意中“被投保”。据业内人士介绍，赠险的投保

渠道，主要包括短信附带链接、第三方平台及手机支付界面广告、用户下载App的浏览界面以及业务员主动联系客户等。该人士表示，赠险主要是为了方便后续推销保险。

北京京师律师事务所律师高级合伙人钟兰安律师告诉羊城晚报记者，依据相关规定，姓名、电话和身份证号属于个人的隐私信息，除非经过自然人的明确同意，否则保有这些信息的任何组织和个人均应当对此进行保密处理。

钟兰安强调，信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地告知处理目的、处理方式等事项。如若违规将收集到的个人信息

转卖给他人，则明显侵害了公民的人格权、隐私权，应当承担相应的民事责任。

钟兰安表示，飞机、高铁、充电宝等商家、平台在收集到消费者的个人信息之后，应当严格保密，不得在消费者授权之外使用，更不得向其他商家泄露或者贩卖。

上海兰迪律师事务所高级合伙人陈禹彦律师曾表示：“根据互联网保险业务监管办法要求，投保界面必须是保险公司或者相应保险经纪公司的自营网页，不可以是第三方网络平台，否则便是违规。”

14日，羊城晚报记者联系泰康人寿有关部门了解相关问题，截至发稿暂未收到回复。

在广东澄海，临时出差“过家门而入”的程先生随手通过外卖点了母亲最爱的茶点到家，看着外卖页面上的多家特色咖啡店，身为潮汕人的他“见猎心喜”，忍不住又下了单；在梅州大埔，刘阿姨早茶时邀请老友中午到家中吃饭，发现自家的零食水果存货不足，便在女儿的提醒下通过外卖直接买到了啤酒了坚果礼盒。

在广东地区，“万物皆可外卖”逐渐成为本地居民的消费习惯，这种习惯正从广深莞等一二线城市，慢慢延伸至更加广袤的县域。逐渐兴起的即时零售，正为处于城市与农村市场的“交汇处”县域发展增添新的活力，书写更多的可能性。



各种新业态抓住即时零售的风口在广东县域萌芽，“万物皆可外卖”的消费习惯逐渐养成 李松稷 摄

线上线下一融合，即时零售打造广东县域经济发展新引擎

羊城晚报记者 沈钧

线上线下一融合 即时零售壮大县域经济活力

今年年初，广东召开高质量发展大会，全省各部门鼓足劲拼经济、拼发展，其中“百千万工程”被着重提出并细化。对于广东而言，县域经济的发展确是重中之重，甚至有着“县域活则全省活”一说。来自广东省发展改革委的数据显示，广东有57个县或县级市，县域面积占广东的71.7%，县域常住人口占广东的28%，但县域GDP仅占广东的12.5%。推进县域经济高质量发展，是经济大省广东在新征程上的一道“必答”大题。而在助力广东县域经济高质量发展的过程中，增加高品质的产品和服务有效供给、推动需求引领和供给变革相互促进、全面促进消费无疑是其中的重要抓手。

3月2日，商务部部长王文涛表示，扩大消费就是着眼长远，在恢复的基础上，改善消费条件，创新消费场景，着力促进消费升级和潜力释放。丰富并延伸消费场景，成为多地今年消费扩容的重点。有观点认为，传统互联网供需模式对于县域经济和产业存在挤出和替代效应，将消费抽离了县城，替代了本地的实体经济。而即时零售的典型特征就是全链路本地化，不仅满足了县城居民丰富、平价的需求，也推动了本地订单增长、商户降本增收，构建了一个区域化内循环——“本地供给—本地消费—本地就业—本地投资—本地再消费”的良性闭环，能持续壮大县域的经济活力。

新业态百花齐放 “百县千镇万村”消费升级稳步迈进

前不久下发的中央一号文件《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，首次提及了即时零售，表示“全面推进县域商业体系建设，大力发展共同配送、即时零售等新模式”。而在广东地区，即时零售带来的新业态早已悄然下沉至广大县域：在东莞大岭山镇，当地经营一家天福便利店的罗先生表示，上线美团外卖后，小店实现了线上获客，在春节期间甚至每天能够有上百单。记者观察到，小镇上的便利店的密集程度正逐步追赶大城市，美宜佳等品牌遍地开花，中心区域每隔20—30米就有一家。

据介绍，起源于广东地区的本土便利店天福，早在2019年设立“便利店+外卖”主题门店，并下沉到县域地区。借助即时零售带来线上增量，天福的商业版图也在不断扩张，以罗先生所在的东莞周边县城为例，天福便利店线下门店数量达到650家，上线24小时外卖的门店达到151家，密度上接近部分城市市区。美团数据显示，今年以来，天福在广东县域地区的门店，即时零售订单量同比增长140%。在东莞、惠州等周边县域地区，单店最高线上销量近5000单，月销售额近8万元。除本土便利店业态繁荣折射出县域经济发展的良好势头外，还有各种新业态抓

“平台+低代码”，专精特新企业蹚出数字化转型新路径

据新华社电 今年政府工作报告提出，加快传统产业和中小企业数字化转型，着力提升高端化、智能化、绿色化水平。以“专精特新”为代表的中小企业是数字经济发展的主力军，目前我国专精特新中小企业已有7万多家。然而在数字化转型的大潮中，许多中小企业面临着成本受限、转型能力不足、转型路径不清晰等挑战。近日，记者发现，一批中小制造企业利用“平台+低代码”模式，自主开创了一条低成本数字化转型之路。

一台高铁变压器铁芯，这个生产速度让企业取得了领先优势。普天铁心积极探索智慧工厂建设，2019年开始引入钉钉，陆续搭建了星际物流系统、综合信息管理平台、智能协同等400个应用。通过生产流程的在线化，企业的良品率提升了8%，订单交付效率上升了50%，人工成本下降了50%。基于设备监测预警和一键抢修等线上功能，普天铁心的工艺质量提升约70%，设备维护保养成本降低了80%。

拉拽”搭起一套工时结算流程，打通报工、材料、计件数据，让生产环节更加透明，按照订单数量精益生产，实现了产线提效、减轻了库存压力。数据显示，实现数字化转型后，公司生产效率提高了20%、能源利用率提高10%，运营成本和产品不良率也都降低了20%。中国财政科学研究院院长刘尚希认为，相较于本地化部署、一次性收费的传统软件服务模式，SaaS（通过网络提供软件服务）提供基于云端的模块化服务，极大地降低了企业数字化转型的门槛。为此，在加快数字化转型中，引导企业积极上云、提升SaaS应用的渗透率十分必要。

新引擎：“平台+低代码”助力“数实融合”新突破

在浙江诸暨的华纬科技股份有限公司，90%的设备已经安装了传感器。在董事长金雷的手机和车间大屏幕上，从原材料入库到生产环节的合格率乃至售后投诉情况，都能够实时显示。此前，数据采集一直是该公司生产流程中的痛点。为此，华纬科技开启了一场创新实验，企业在钉钉上通过“拖

拉拽”搭建一套工时结算流程，打通报工、材料、计件数据，让生产环节更加透明，按照订单数量精益生产，实现了产线提效、减轻了库存压力。数据显示，实现数字化转型后，公司生产效率提高了20%、能源利用率提高10%，运营成本和产品不良率也都降低了20%。

中国财政科学研究院院长刘尚希认为，相较于本地化部署、一次性收费的传统软件服务模式，SaaS（通过网络提供软件服务）提供基于云端的模块化服务，极大地降低了企业数字化转型的门槛。为此，在加快数字化转型中，引导企业积极上云、提升SaaS应用的渗透率十分必要。

中欧基金长期主动管理能力出众

过去5年，“炒股不如买基”的戏码持续上演，偏股混合型基金指数实现57.04%的累计涨幅，大幅跑赢上证指数。据了解，中欧基金深耕长线基本面，交出了一份亮眼的长期业绩成绩单。截至2023年2月23日，近5年中欧基金旗下中欧价值智选、中欧养老产业、中欧明睿新常态、中欧先进制造、中欧时代先锋、中欧时代智慧、中欧医疗健康、中欧睿泓定开、中欧电子信息产业、中欧嘉泽等10只产品净值翻倍，为广大投资者创造了可持续发展的长期收益。（杨广）

聚焦创新龙头核心资产 景顺长城创业板50ETF联接正在发行

今年中国经济增长的目标为5%左右，预计未来稳增长政策将持续发力，符合经济发展方向的新兴行业有望驶入发展的快车道。汇集创新龙头企业的创业板50指数，有望迎来投资窗口期。近日，正式发行的景顺长城创业板50ETF联接基金，为投资者提供了一款在场外一键布局创新龙头企业的工具型产品。该基金将以不低于90%资产的比例投资目标ETF即景顺长城创业板50ETF，紧密跟踪创业板50指数走势，追求跟踪偏离度和跟踪误差的最小化。（杨广）

广发基金2023年全国高校金融素养挑战赛正式启动

3月14日，为助力提升国民金融素养、丰富大学生知识结构、培育理性投资文化，由广发基金主办的2023年全国高校金融素养挑战赛线上正式启动。全国各大高校学生均可通过广发基金公众号回复关键词“金融素养”，进入官方报名页面了解赛事详情。广发基金表示，提升国民金融素养，加强投资者保护宣传，是行业的职责所在。希望通过全国高校金融素养挑战赛，在大学生群体中加强金融理财知识普及。（杨广）