

“套壳”售境外保单 社交平台山寨保险“蓝V”引发监管关注

中经记者 陈晶晶 北京报道

作为平台公信力标识,社交平台企业“蓝V”认证本应是通过营业执照核验、法人核验等多重流程,为用户提供真实可信的企业背书。但目前社交平台上一些标注为正规保险机构的“蓝V”账号,却正在成为非法售卖境外保单的重要引流入口。

《中国经营报》记者调查发现,主打“兴趣社区”和“种草经济”的某头部社交平台上近期出现大量虚假保险机构“蓝V”账号,这些账号“套壳”内地持牌保险公司分支机构认证资质,伪装成官方合规主体,大肆开展境外保险引流、销售业务。

内地险企“蓝V”推销境外保险?

认证主体是某头部寿险公司白山中心支公司,运营主体为个人,主页置顶写明“常驻香港”。一些财险公司某地分支公司的IP也显示在香港。

本报记者在前述社交平台检索“跨境资产规划”“全球资产配置”“美元配置”“保险HK”等关键词发现,平台推荐的相关账号,多标注为“XX保险公司支公司”“XX保险营业部”等正规保险机构分支机构“蓝V”账号,注册地址大多在广西、河南、云南、广东、山东等省份县域及乡镇。

但异常的是,这些所谓的“蓝V”账号的实际活跃IP地址均集中在中国香港、中国澳门乃至海外地区,部分账号主页直接标注“深港跨境保障”“常驻香港”,与工商注册属地严重不符。例如,认证主体是某头部寿险公司白山中心支公司,运营主体为个人,主页置顶写明“常驻香港”。一些财险公司某地分支公司的IP也显示在香港。

需要注意的是,根据香港保险业监管局现行规定,如未获得授权,香港保险业务员和保险经纪人均不可在内地直接销售香港保险。同样,内地保险代理人及保险经纪人也不能代理香港保单。

为了解这些“蓝V”账号境

这一隐蔽运作的境外保单销售灰色产业链正彻底暴露在监管视野之下。

本报记者从多家保险机构独家获悉,目前监管部门已高度关注社交平台山寨保险“蓝V”账号借用冒用保险公司分支机构资质、认证账号违规营销境外保险等问题,并正式下发文件督促保险机构全面自查排查,要求“如发现相关情况须立即上报监管”。

市场普遍认为,随着八部门联合全面取缔非法跨境商业业务,跨境金融监管力度持续收紧,市场普遍预期,非法销售境外保单的乱象,或成为下一阶段金融监管的重点方向。

外保险销售手法,记者随机点开一个认证为“泰康人寿山西大同云岗”的“蓝V”账号“Linda 储蓄规划HK”,翻看其主页置顶的投保的“种草”文章后,在评论区留下了简单的咨询留言:“想了解这款产品”。

记者并未主动私信账号主体,仅仅是留言咨询不到10秒钟,平台消息栏就弹出了一条私信提醒,发送者正是该“蓝V”账号。

点开私信对话框,对方没有询问记者基本投保需求,而是直白地表示:“这款产品收益写进保险合同,收益保证,是目前替代银行定存最好的方案。”同时,对方立刻规避平台沟通渠道,语气熟练且迫切地引导记者添加微信沟通,称“产品资料平台内容会限制,你加我的微信。”随即,对方直接发来微信号。

值得关注的是,记者整个添加过程畅通无阻,该社交平台没有任何风险弹窗提醒、私信拦截限制或违规引流警示。对方通过了记者微信好友申请后,便立即发来保险产品建议书、收益表,赴港投保流程等多款材料。

山寨号涉及“套壳”数十家大中型保险公司

多家险企向记者证实,上述涉及公司分支机构的“蓝V”账号均系造假。

为验证并非个例,记者随机切换几个保险“蓝V”账号,在评论区留言咨询投保。实测结果高度一致:这些“蓝V”账号均会快速主动私信,统一引导添加微信对接交易。

记者排查发现,这些“蓝V”账号通过发布“内地与香港保险对比”“港险避坑指南”“美元资产配置”“年化6%复利的稀缺产品”等种草笔记,搭配高收益对比封面吸引用户,再以“私信领计划书”“私信领资料包”等暗语引导用户转至微信私域,完成跨境投保引流、签单全流程操作。

据记者调查,这些“蓝V”账号认证涉及的保险机构达数十家,包

括十多家大中型寿险公司、十多家财险公司以及十多家保险代理公司,行业覆盖面极广。

对此,多家险企向记者证实,上述涉及公司分支机构的“蓝V”账号均系造假。公司总部及属地分支机构完全不知情,未授权任何个人或第三方机构以分支机构名义开展境外保险销售业务,此类操作属于典型的资质冒用、盗用的违规行为。

紫金财险方面对记者表示,“我司从未认证过这些账号。此事我司已经上报当地监管,同步联合当地网信部门,投诉平台。公司明确规定支公司不允许私自开设更

不允许认证新媒体账号。若开通要执行严格的公司内部程序,截至目前,公司没有接到任何支公司开设和认证新媒体账号的申请。”

华安保险方面也表示,“公司严格遵守监管要求,从不开展也未曾授权任何主体销售跨境保险、推介境外保单,坚决落实非法销售境外保险专项治理的相关监管要求。公司将持续面向广大消费者开展风险提示,提醒消费者警惕冒用公司名义、异地IP推介跨境保险的非官方账号。”

事实上,市场当前已形成一条明码标价、规模化运作的保险“蓝V”账号租赁黑灰产业链。据《北京

商报》调查报道,非法从业者仅需花费1200元年度牌照租金,叠加平台认证费用,约1800元即可租借到正规保险公司分支机构的资质信息,完成平台“蓝V”认证“套壳”,伪装成官方合规保险主体。

记者调查发现,除了伪装险企分支机构的虚假“蓝V”,前述社交平台还存在另一类违规主体:无任何保险经营资质的内地商贸、信息咨询、商务规划类公司。这类企业工商经营范围未包含保险代理、保险经纪等金融业务,却通过注册科普账号、企业账号,以财富管理、资产配置为噱头,扎堆推介境外保险产品。

屡禁不止 平台、保司如何担责?

一家大型寿险公司内部人士提出质疑:对于注册地为内地县域、乡镇的保险分支机构账号,平台是否对其长期境外IP登录、跨境发布内容的异常行为进行识别、预警及冻结处理?

多位大型保险公司内部人士向记者表示,此次跨境保险违规乱象的泛滥,核心症结在于社交平台风控存在明显短板,现有审核机制无法适配金融行业的监管需求,为黑灰产提供了可乘之机。

“第三方借保险公司分支机构进行‘蓝V’账号认证时,平台的审核流程是什么?是否严格核验营

业执照、机构备案信息、运营人员身份、授权资质等信息?对于注册地为内地县域、乡镇的保险分支机构账号,平台是否对其长期异地(港澳、境外)IP登录、跨境发布内容的异常行为进行识别、预警及冻结处理?这些都是值得推敲和追问平台的。”一家大型寿险公司内部人士对记者提出质疑。

值得一提的是,多家保险公司内部人士向记者坦言,保险公司对此类情况的排查工作存在现实难点。虚假保险“蓝V”账号实际运营主体、IP地址、操作人员均与正规保险机构无关联,保险机构事前未授权、事中不知情、事后也难溯源。

“虚假‘蓝V’售险模式隐蔽性强,排查识别难度大。一方面,不法分子完成‘蓝V’资质认证后,规避常规关键词检索,系统筛查比较难识别其违规属性;另一方面,这些账号普遍采用私域渠道成交,公开检索也无法捕捉其完整违规证据链,保险公司自主排查存在技术壁垒与信息壁垒。”前述人士对记者说。

网络平台推介、售卖境外保单,属于典型的违法违规金融活

动,早已被金融监管部门多次警示、明令禁止。此前,已有多地监管机构密集发布通知与风险提示,划定红线。

公开信息显示,从2024年9月起,多地金融监管部门接连整治境外保险违规营销乱象。广东、深圳监管局率先开展专项治理,严查线下活动、网络渠道推介境外保险,以及组织客户赴境外投保等行为。2025年7月,河北监管局明确,超范围售卖、推介境外保险均属违法违规。2026年3月,湖南也发布风险警示,指出不少自媒体借资产规划一类名义,大肆宣传推销香港重疾险、分红险等境外保险产品。

制度层面的监管政策也已加速落地。由中国人民银行、国家金融监督管理总局等八部门联合印发的《金融产品网络营销管理办法》于2026年9月30日正式施行,明确无金融资质不得开展保险类网络营销活动,同时将为非法金融活动提供网络流量、引流、交易便利的平台及相关服务,纳入重点打击整治范围,从制度上封堵网络平台非法销售境外保险漏洞。



消费金融股权集中化提速 产业股东加码 vs 财务投资退场

中经记者 郑瑜 上海报道

持牌消费金融股权集中化趋势正在走强。

近日,国家金融监督管理总局重庆监管局近日正式批复,同意小米通讯技术有限公司(以下简称“小米通讯”)受让重庆金山控股(集团)有限公司(以下简称“金山控股”)持有的重庆小米消费金融有限公司(以下简称“小米消费金融”)全部10%股权。交易完成后,小米通讯对小米消费金融的持股比例将由50%上升至60%,股东由5家精简为4家。

《中国经营报》记者注意到,自2026年以来,多家持牌消费金融公司密集完成股权调整或增资,大股东持股比例提升、股权集中度提高成为共同特征。

上海金融与发展实验室副主任、招联首席经济学家董希淼对记者表示,本轮消费金融公司股权集中化主要是为了满足监管政策要求。《消费金融公司管理办法》设定硬性门槛:主要出资人持股比例下限从30%升至50%,注册资本最低限额从3亿元提高至10亿元,这直接倒逼不达标的消费金融公司通过增资及股权转让满足合规要求。

产业股东加码 “并列”到“绝对控股”

公开资料显示,小米消费金融成立于2020年5月,由小米通讯联合重庆农村商业银行股份有限公司(以下简称“重庆农商行”)、金山控股等5家股东共同发起设立,注册资本15亿元。

此次股权转让完成后,金山控股正式退出,小米消费金融的股东由5家精简为4家,分别为持股60%的小米通讯、持股30%的重庆农村商业银行股份有限公司、持股9.8%的重庆大顺电器(集团)有限公司、持股0.2%的重庆皇冠捷莱五金机电市场有限公司。

截至5月28日,工商信息尚未完成变更,交易金额未对外披露。博通咨询首席分析师王蓬博

财务投资加速退场

在上述案例中,金山控股、国美控股等财务类投资者集中退出是一个值得关注的现象。

董希淼认为,财务投资者集中退出是正常的市场行为。金融监管趋严、利率压降要求较高、不良资产上升,均影响消费金融公司的发展和盈利空间。消费金融公司核心竞争力已从产品创新转向资本实力与股东背景,缺乏银行或产业支持的财务投资者话语权逐步边缘化。

在董希淼看来,财务投资者退出原因主要有三方面:一是监管政策不确定性加大;二是自身

对记者分析称,产业股东增持模式能带来场景、流量与技术协同,获客成本低、用户黏性强,但需平衡生态开放与风控独立。此次小米通讯持股比例提升至60%,有利于简化决策流程,将集团的技术、流量与消费场景资源更深度地整合至消费金融业务中。

从业绩来看,截至2025年年末,小米消费金融总资产208.07亿元,同比下降4.03%;实现营业收入11.8亿元,净利润1.31亿元,同比增长13.91%。虽然自成立以来连续盈利、净利润保持逐年增长,但其资产规模在31家持牌消费金融公司中仍排在中后部。

针对此次股权结构调整及后

续发展计划,记者向小米消费金融方面进行采访,截至发稿未获回复。

小米消费金融的股权调整并非孤例,记者梳理发现,2026年以来多家消费金融公司完成了类似的股权优化动作。

金美信消费金融经历了一轮“先调股权,再增资本”的组合操作。今年2月,国家金融监督管理总局厦门监管局批复同意金美信消费金融股权变更:中国信托商业银行受让国美控股集团持有的16%股权,金圆金控受让国美控股集团持有的17%股权,国美控股彻底退出;此后金美信消费金融注册资本获批由5亿元翻倍增至10亿元,形成中国信托商业银行与

消费金融有限公司、四川锦程消费金融有限责任公司、河北幸福消费金融股份有限公司等多家机构将注册资本提升至10亿元门槛线;湖北消费金融股份有限公司在半年内完成两次增资;南银法巴消费金融有限公司注册资本从52.15亿元增至60亿元。2026年一季度,北银消费金融有限公司、海尔消费金融有限公司等也陆续完成增资或引入新股东。

董希淼进一步指出,2024年底修订的《消费金融公司监管评级办法》将资本管理权重

元增长近8倍。2025年苏银凯基消费金融注册资本42亿元;总资产663.76亿元;净资产60.04亿元;净利润7.1亿元,同比增长34.47%。

王蓬博指出,银行系股东独家扩股可提供低成本资金、成熟风控与合规能力,决策效率高,不过容易受母行风险传导影响、自营场景不足。而金美信消费金融加地方国资的对等持股模式,兼具金融风控与本地资源优势,治理上有制衡但决策周期相对较长,适合本地化特色化展业。

关于股权变动相关情况,记者分别向金美信消费金融、苏银凯基消费金融方面发去采访函并致电,截至发稿暂未收到回应。

截至2024年年末,全国31家持牌消费金融公司中,注册资本排名前五的分别为蚂蚁消费金融(230亿元)、招联消费金融(100亿元)、建信消费金融(72亿元)、南银法巴消费金融(60亿元)、兴业消费金融(53.2亿元)。