

联通充值卡失效 官方回应被指推卸责任

作者：唐玉 2012 年 12 月 10 日

一、事件概述

12 月 1 日,《新京报》报道称,专门从事联通电子充值卡批发业务的安徽人王奎反映,今年 9 月底,他从联通网上营业厅购买了额度 200 万元的电子充值卡,其中有 50 多万元的充值卡还没充值,发现已被使用。此外,报道还指出,联通电子充值卡被盗充,并非个案,今年不少电子充值卡批发商都遇到过联通充值卡失效问题。目前,部分电子充值卡批发商已在当地报警,警方已开始立案侦查。

随后 12 月 4 日、6 日,《证券日报》对该事件进行了追踪报道,并就此事采访了业内人士以及相关专家学者。对于充值卡失效一事,业内人士以及专家学者态度不一。飞象网 CEO 项立刚认为,可能出问题的环节很多。联通的某些外包的业务环节也有可能是出问题的地方。但项立刚指出,虽然服务外包,出了问题,责任肯定是要联通负,商户们不可能去找承包企业。

12 月 7 日,在充值卡失效事件爆出一周后,联通方面终于做出公开回应。针对多起充值卡失效事件,联通发布《中国联通网上营业厅购买充值卡业务提醒》。内容称中国联通高度重视充值卡失效事件,并及时对用户反映的问题进行了全面的核查,发现用户在充值卡信息保管及使用过程中存在隐患。

二、舆情传播分析

(一) 舆情传播范围分析

截至 12 月 10 日 14 点,充值卡失效事件相关新闻传播量统计如下:传统媒体 6 篇(《新京报》、《证券日报》以及《中国消费者报》),网络媒体 853 篇,论坛 103 篇,博客 11 篇,微博 2092 篇。新浪、搜狐、网易、腾讯以及凤凰网等多家网络媒体转载了相关报道。

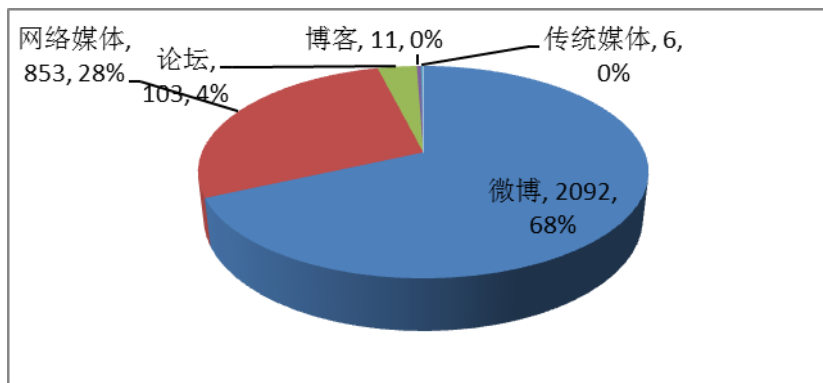


图1 舆情传播类型分析

(统计时间：12月1日 0:00 点至 12月10日 14:00 点)

(二) 舆情传播过程分析

12月1日,《新京报》刊发的题为《联通官网购充值卡“未充值已失效”》,曝出近期多地多家代理商出现官网购买联通充值卡,未充值已失效情况。该报道刊发后,联通充值卡失效事件累计热度当日即上升至283.48。该事件在网上大范围传播,引发媒体以及网友关注。

4日,《证券日报》就此事再发追踪报道,并援引专家观点,指出联通网站外包制度存技术隐患,舆情进一步发展。

6日,《证券日报》再发追踪报道,并指出针对充值卡失效事件,联通方面避而不答。舆情持续发酵。

10日,《证券日报》就联通在事件发生一周之后做出的回应,发布解读报道。指出对于联通所给出的客户使用不当的说法,代理商表示不满。充值卡失效事件,在中国联通方面做出回应后,舆情再次推高。

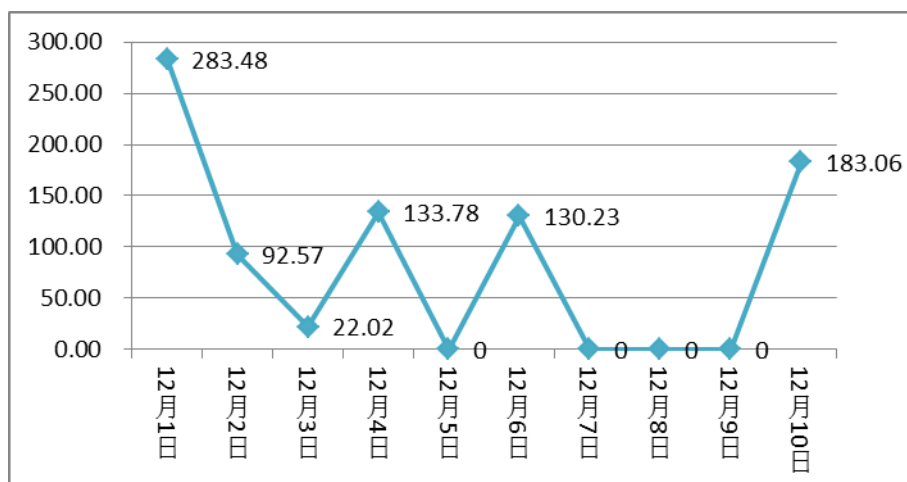


图2 联通充值卡失效事件热度走势图

事件热度：事件包含多个媒体从多个角度关于同一件事情的多篇报道。事件热度综合反映该舆情事件在网络中的传播情况，通过综合多篇新闻的传播情况计算得出。事件热度得分越高，说明该事件在网络中传播越广。

（三）中国联通近期关注度变化

近期受中国联通 iPhone5 合约机开始发售事件影响，除去周末受媒体出版周期影响之外，中国联通媒体关注度、网民关注度以及舆情关注度三项指标持续走高。联通充值卡失效事件对中国联通三项指标影响有限。

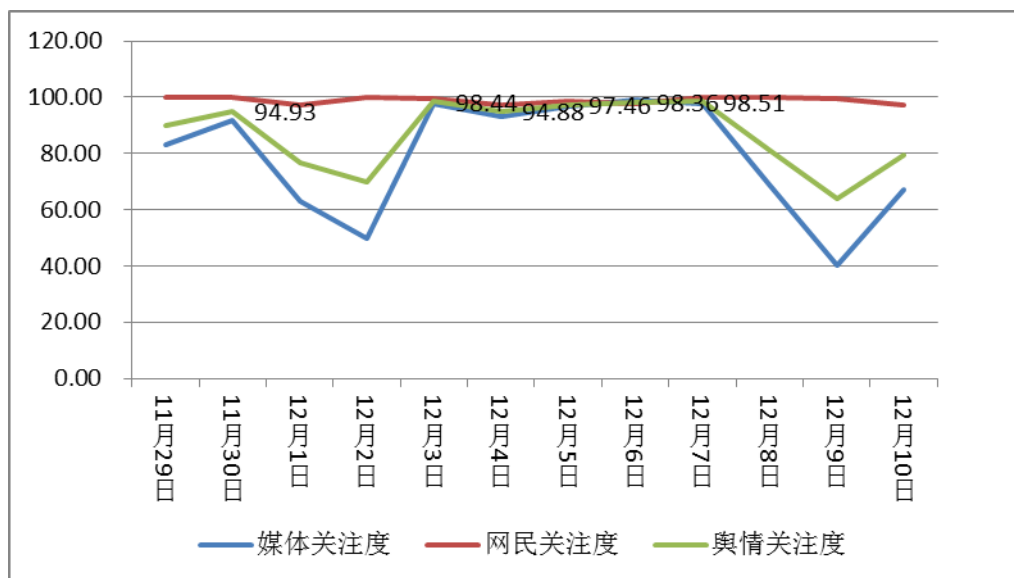


图 2 中国联通近期关注度变化

注释：

舆情关注度：综合反应上市公司受媒体和网民的关注程度。通过对主体的报道、媒体重要性、网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。舆情关注度得分越高，说明该主体受关注程度越高。

媒体关注度：指事件或公司、人物受媒体的关注程度，通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

网民关注度：指事件或公司、人物受网民的关注程度，通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

三、各方观点

（一）公司回应

第一次回应：客户个人泄密所致

12月1日，针对代理商购买的联通充值卡被盗充一事，中国联通新闻处一名负责人表示，联通网站没有问题，已将相关问题反映给公司业务部门。联通公司工作人员称，这可能是由于客户个人泄密导致充值卡被盗，并建议客户报警。

第二次回应：警方已介入 详细情况请询问警方

12月4日，联通新闻发言人在接受《证券日报》记者采访时表示，此事当地警方已经立案，详细情况应该去问警方，联通这边现在没有任何消息可以发布。

第三次回应：回避记者提问

12月6日，当记者再次询问联通内部调查情况如何时，联通新闻发言人直接回避记者提问，未等记者问完就挂断电话。

第四次回应：用户在充值卡信息保管及使用过程中存隐患

12月7日，中国联通发布了《中国联通网上营业厅购买充值卡业务提醒》，回应称，近期，有个别用户反映在中国联通网上营业厅购买的充值卡出现部分未充值即失效的情况。中国联通高度重视，及时对用户反映的问题进行了全面的核查，发现用户在充值卡信息保管及使用过程中存在隐患。

（二）代理商

多家商户充值卡失效绝非被黑客攻击

12月1日，针对业内人士指出的，充值卡失效有可能是代理商电脑被黑客攻击所致，王奎等商家表示无法理解，“一个商家的卡被盗，可能是自己被黑客攻击了，但这么多人的卡接二连三地被盗，到底是出了什么问题？”

王奎表示，如果是中间环节出问题。为什么所有人在同一时间段频繁的出问题？“难道是同一时间段大家的电脑都中毒？而充值的号码是全国各地的。”王奎称，上百人电脑同时中毒这个可能性很小，为什么联通不回应这件事？“如果是我们出问题，那怎么我们做的移动、电信以及别的游戏卡都是正常的，单单联通在这段时间大范围出问题？”“如果是黑客入侵我们电脑，移动的卡比联通的卡好销售N倍，为什么黑客只偷了联通？”

联通避而不见代理商 信用太差

联合起来维权的联通代理商告诉记者，联通现在也不出来面对他们了。一位代理商说：“扪心自问，我们的信用比这些所谓的大公司好得多！”

7日联通表示充值卡失效系客户使用不当 对此代理商表示不认同

针对 7 日联通方面做出的回应，联通充值卡代理商们表示极度不认同。他们认为，回应内容充满外交辞令，只是提醒用户小心使用，并没有解释问题根源何在。代理商们纷纷提出质疑。“联通是通过什么途径确定卡是被盗的？”“联通说我们的卡被盗，我们卡在 U 盘，电脑没有入侵迹象，请问是怎么被盗的？”对于联通“建议用户购买后及时验证充值卡状态”，有商户质疑道：“请问如何验证，充到手机里？”

（三）业内人士

充值失效可能系代理商账户被“黑”或联通官网被“黑”所致

某知名搜索引擎网站一位不愿具名的网络安全人员表示，多名代理商集中出现充值卡失效事件，可能有两种可能。一是代理商的账户遭到黑客“拖库”攻击，使其在联通官网上的账户和密码被攻破，导致卡密被盗走。“所谓拖库，本意是从数据库导出数据，现在指网站遭到攻击后，黑客窃取数据库。由于很多网民习惯把邮箱、社交网站、游戏、网上支付等账号和密码设置的大致相同，一旦一个网站的数据库被黑客窃取，网民的其他账户也会轻易被黑客攻破。”此外，是否有可能是联通官方网站内部系统被攻破，黑客直接从官网上把充值卡的卡密盗走，目前不得而知。

联通官网外包制存技术隐患

究竟是什么原因让上百万元的充值卡莫名丢失？飞象网 CEO 项立刚认为，可能出问题的环节很多。联通的计费体系可能有问题；制卡的环节也可能出问题，比如，写卡的时候整个一段密码丢失，这也是有可能的。他告诉记者，联通的官网并不是联通总部建设运营，而且是有各个地方的官网，也会有某些业务包给一些企业经营。虽然服务外包，但出了问题，责任肯定是要联通负，商户们不可能去找承包企业。

建议联通方面反向排查

一位曾任联通项目运维工程师的业内人士，在与《证券日报》记者的分析交流中表示，电信充值卡一般是安全级别相对最高的卡业务，在生产环节理论上是安全的，但是销售环节运营商管控力相对就较低了。按照目前所了解的情况和逻辑，应该是有人批量盗取了。上述曾任联通项目运维工程师的业内人士告诉记者，联通代理商们全国大面积出现充值卡被盗充，不管是什么原因，只要肯调查，真相一定会水落石出。充值都有记录，反向排查是最好的办法。

（四）专家学者

联通官网被黑客攻击的可能性不大

12月2日，在了解案情后，互联网专家、中科院教授吕本富在了解案情后做出推断，联通官网被黑客攻击的可能性不太大。

网站层层外包存技术隐患

对于此次事件，北京邮电大学教授曾剑秋指出，一些黑客可以通过购买一些充值卡，分析出规律，再使用软件找到充值卡。这是可能的技术上的原因。但根本上的原因，曾剑秋认为是联通当前的体系架构可能出了问题。现在所有的网站包括官网，都是采取一种外包的方式，充值卡业务也是层层包销。“如果网站层层外包给很多公司，不能保障每一个公司都能负责好。充值卡业务层层转包，在某一个承包的环节也可能出现问题。”

（五）网友观点

指责联通推卸责任

新浪网友“吴小绿”：联通超级恶心，推卸责任！

@女士们憨士们：没有担当的公司，最终会被用户抛弃！

新浪网友“y2kxxxx”：联通公司最擅长的一招就是把问题推到客户身上。每次去联通公司总能看到和营业员吵架的顾客。我现在已经弃用联通了。

新浪网友“丁香花继续开”：典型的强盗逻辑！

借机爆料联通各类产品问题

新浪网友“山东大棚蔬菜”：联通的系统只要是升级，话费就会莫名其妙的丢失！

新浪网友“杨镇 930”：以前联通是乱收费，现在是作假！！套餐内该赠送的花费说赠送了，但是余额不变！！

新浪网友“金刚_kingkong”：联通就是强盗，我新买的充值卡提示密码错误打了几十通客服电话，营业厅跑了好几回还不给解决！

内鬼所为，要求联通自查

新浪网友“芸芸芳曦”：有内鬼吧？反腐啊，童稚们，习主席号召的！

新浪网友“大星星 186”：哪有那么多黑客，先从联通内部查起吧！

要求联通赔偿代理商损失

新浪网友“Thisis 婷婷丫”：必须有更合理的解释和相应的赔偿！

抨击同类企业

@Hundredone：垄断国企的一贯尿性，出了问题把责任全都推给消费者，尤其是服务行业的国企，供电、电信尤为突出，我所在的城市供电公司的评价是最差的！

@取个好听的名字咋就这么难呢：华夏银行，中国联通，各类名企，诚信全无。人无信而不立，企业无信应被市场抛弃。

@ziqliu：在国内，这三大运营商都是主宰霸王条款自居的大佬，有什么办法呢！跟清朝时候太监一样：一句话，你是什么就得是什么！

建议代理商起诉联通

新浪网友“Paragon-无悔V”：店大欺客呗！联合起诉吧！

四、舆情点评

1 日媒体报道联通充值卡失效事件，而从媒体报道内容可以看出，充值卡失效事件早在 11 月就已发生，在此期间，代理商也先后多次跟联通协商，但联通避而不见。报案后，又久久等不到调查结果，在索赔无门的情况之下，代理商们万般无奈求助媒体。

事件经媒体曝光并放大之后，联通方面仍是一副高高在上的样子。先后四次对此事做出回应，但从始至终，联通都将责任撇的干干净净。在声称进行了全面自查后，7 日给出了一则充满外交辞令且理念不清的回应。回应在没有给出任何真凭实据的情况下，一句客户操作不当，更是将所有的问题又推给了欲哭无泪的代理商们。对于代理商们关心的赔付一事，从始至终，联通只字未提。

事发至今，中国联通的反应，在让遭受损失的代理商们失望的同时，也让其他消费者伤透了心。充值卡失效事件曝出后，网络舆论一边倒，网友纷纷指责中国联通推卸责任。骂声不断，但联通方面却毫无知觉，依然我行我素，为自己辩白的不亦乐乎。

危机爆发后，急于推责，忙于为自己辩白，似乎已成为众多国企的惯用之策。从工商银行到中石化，再到中国联通，危机爆发后的应对之法如出一辙。不知为何，对这些承载了民族希望的大国企，前车之鉴就是成不了后事之师，危机公关总是越公关越危机。究其根本，源于企业淡薄的服务意识。资源垄断型企业无法从根本上摆正企业和消费者之间的关系，因此危机发生后，便难以找准角度，采取正确的方法来处理问题。自说自话型的危机公关沦为新的舆情爆发点也就在所难免。