

中国人身险行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国人身险行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/679147.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、人身险行业概述

人身险是以人的寿命和身体为保险标的的保险，是应对人生风险的重要措施和手段。人身险通常提供的保障范围包括身故保险金、重大疾病保险金、医疗费用报销、意外伤残赔偿等。例如，当人们生病需要医疗治疗时，保险公司会负责支付一定比例的医疗费用；当人们意外丧失劳动能力时，保险公司会提供经济补偿以保障其生活。

传统人身险产品种类繁多，按照保障范围可以划分为人寿保险、人身意外伤害保险和健康保险。每种险种都有其特定的保障对象和范围，根据个人的需求和情况选择适合的险种非常重要。人身保险旨在帮助人们在意外和疾病发生时获得经济支持，保障其生活和未来的稳定。

资料来源：观研天下整理

自1980年我国恢复保险业以来，我国人身险行业经历了从单一保障的简单产品，到满足客户多元需求的分红、万能、投连产品，再到多元健康保障、长期储蓄产品的发展过程。40年来，人身险保费收入从20世纪80年代初的一百多万元到2022年突破3.2万亿元，行业始终保持了较高的增速。在经历了40年的高速发展之后，近年来受新冠疫情、国际地缘政治冲突等因素扰动，我国人身险行业进入深度调整期。

二、新旧渠道之争博弈，“报行合一”加速行业洗牌

1、各渠道特点鲜明，专属个人代理和银行兼业代理是主要渠道

渠道之重，重于泰山。对于人身险机构而言，拥有强大的渠道优势，将使其足以形成所向披靡的竞争壁垒和护城河。当前我国人身险销售渠道主要分为：1）代理人渠道（即营销员）；2）兼业代理（主要是银保渠道）；3）专业中介（主要包括专业代理和经纪渠道）；4）公司直销渠道。

人身险主要销售渠道分类

渠道

定义

主要销售产品

代理人渠道

个人代理人根据保险人的委托，向保险人收取佣金，并在保险人授权的范围内代为办理保险业务的渠道。

全能型产品销售渠道；在销售复杂的保障类产品上有先天优势

银保渠道

银行接受保险公司委托，在保险公司授权的范围内代理保险公司进行保险产品销售并收取手续费的渠道。

产品结构较单一，主要为储蓄或理财型的短期、趸缴类产品

专业代理&经纪渠道

专业代理渠道是专业代理机构根据接受保险公司委托，在保险公司授权的范围内代理保险公司进行保险产品销售并收取手续费的渠道。

经纪渠道是基于投保人的利益，为投保人与保险公司订立保险合同提供中介服务，并依法收取佣金的渠道。

可针对不同客户需求销售适合的产品

公司直销

保险公司通过自有雇员、电话中心、互联网等直接向客户销售保险产品。

团险；同时符合标准化、简单、一次性的产品

资料来源：鲁峰《寿险渠道选择须重三大根本》、今日保、观研天下数据中心整理

目前，专属个人代理和银行兼业代理是人身险产品销售的主要渠道。其中，机动灵活是个人代理的突出优点，而且还可以及时得到投保人对产品的反馈信息，适用于销售比较复杂的健康保险产品；而银行作为保险兼业代理人的优势为主体多、分布广、发展空间大，而且经理管理的风险相对较低，通常兼业代理机构在主业产品的销售场所、时间和对象上具有一致性，因此能更好的为客户投保提供便利。2022年这两类渠道在总保费收入中占比分别为54%和40%。同时，专业中介渠道也取得了快速发展，根据中国保险年鉴，2018-2021年人身险公司专业代理和经纪渠道保费收入CAGR分别达50.5%和33.4%。此外，人身险公司直销渠道保费占比基本稳定在7-8%。

我国人身险主要渠道的特点

渠道

代理人渠道

银保渠道

专业代理/经纪渠道

网销

面向客群

各个阶层、客户最广泛

主要是银行的客户

部分特定细分客户群体

广泛网民

渠道可控度

强

弱

弱

强

保单复杂度

复杂

简单

复杂

简单

产品利润

高

低

一般

低

渠道成本

高

高

特别高

较低

渠道集中度

高

较高

低

低

销售优势

面对面销售

高效率、易上规模、投资者信任度高

可满足客户多样化需求

覆盖面广、高效率

资料来源：今日保、观研天下数据中心整理

2、互联网加强向人身险渗透，推动行业洗牌

过去数年以来，我国人身险行业的营销模式主要是以代理人为主的单一营销渠道模式，到如今的各路巨头争先互联网保险布局，足以窥见各方对渠道的高度重视及激烈抢夺。

互联网加强向传统人身险行业渗透。过去数年以来，伴随着互联网科技的兴起与壮大，拥有流量优势的互联网巨头对人身险渗透率不断加深，从储蓄、理财、基金销售、消费贷拓展到互联网意外险、互联网健康险、定期寿险等。以人身险销售为例，不少互联网公司纷纷与人身险公司合作，推出各种线上人身险产品，利用其技术优势和流量优势，提高人身险销售的效率和覆盖面。例如，蚂蚁保数字化经营平台“星云1”于2022年9月7日正式发布，并向与之

合作的保险公司开放。保险机构可以在“星云1”平台上实现售卖、经营以及服务的全流程在线化、数字化运营，大幅提升运营效率、服务体验。据了解，目前太平洋产险、太平人寿、人保健康、阳光财险、众安保险等60多家保险机构已接入该平台，并上架超过600款保险产品。目前，中国人寿也在平台上线了中国人寿与蚂蚁保合作的首款产品——国寿满满盈养老年金保险。互联网对人身险行业的冲击来势汹汹。

互联网的剧烈冲击催生人身险渠道变革加速，行业格局也因时而变，主要有两方面体现：

1) 传统渠道所受冲击较大。尤其是线下销售，以保险经纪业务为例，受互联网冲击尤为明显。原银保监会数据显示，保险代理制销售人员规模自2019年冲上912万人高位后便进入下行通道，截至2022年上半年仅剩521.7万人，短短两年半的时间里流失了近400万人。如今，保险代理人还在持续大幅度下滑。以A股五大上市险企为例，2023年上半年，中国人寿、中国平安、中国太保、中国人保、新华保险五家险企代理人仅剩约150.4万人，部分险企的保险代理人下降幅度超过20%。落后营业网点同样加速淘汰，转而向数字化转型以缩减成本。

资料来源：观研天下整理

2) 第三方力量快速崛起。随着互联网时代的到来，人身险公司与互联网企业及第三方保险平台之间的合作日益密切，相关代理业务规模迅速扩大、第三方保险平台市占率均持续提升。2022年我国互联网人身险原保费收入约为2875.9亿元，是互联网财产险原保费收入的近3倍。其中，中邮人寿、国华人寿、中国人寿、建信人寿、工银安盛人寿在市占率排名中包揽前5名。

资料来源：观研天下整理

3、销售渠道或全面“报行合一”，人身险市场迎变局

今年10月，银行业保险业数据信息新闻发布会上，国家金融监督管理总局人身保险监管工作相关负责人明确，将抓紧启动个人代理渠道和经纪代理渠道的“报行合一”。
人身险行业将迎来全面“报行合一”时代。

“报行合一”生 楔子 豎 驛 y 蓋 鞞 獮 腔 楔子
告其业务情况和风险状况，以便保险公司更好地监管和管理风险。简单来说，“报行合一” 麓
实施将有助于保险公司更好地了解代理人的业务情况和风险状况，及时发现和解决问题，避免代理人不当行为和违规操作的风险。同时，通过“报行合一” 楔子 擗漏
的培训和管 理，提高其专业素养和服务质量，提升行业的整体形象和信誉。

对于消费者而言，“报行合一” 葛鸞 躡 鱗 癩 辣 蚤 葎 獬
险状况，消费者可以更加明智地选择代理人和保险公司，避免被不诚信的代理人和保险公司所欺骗。同时，消费者也可以通过“报行合一” 擦壘 頰 豢 開 麈

合法权益。

未来，“报行合一 擦壑 灣滄 窀 鑿聯甘詣 鶴 漏 賺 椀 公司的全面、动态的监管和管理，这将进一步提高人身险行业的透明度和规范性，推动行业的健康发展。

三、人身险预定利率3.5%时代终结，保费起伏明显

2023年人身险行业经历了预定利率下调，8月1日，人身险预定利率3.5%时代正式终结。多家人身险公司在下架3.5%终身寿险产品的同时，推出预定利率3%的普通型寿险产品、预定利率2.5%的分红险产品和保证利率2%的万能险产品。公开信息显示，所谓预定利率，是指保险公司在产品定价时，根据公司对未来资金运用收益率的预测而为保单假设的每年收益率，通俗地说就是保险公司提供给消费者的回报率，主要是参照银行存款利率和预期投资收益率来设置。

受此影响，人身险行业保费也经历了较为明显的波动起伏，预定利率下调后8月和10月份保费收入同比明显下降，分别为2013.4亿元和1592.59亿元，同比下降0.26%和4.60%。其中，寿险是拉动人身险公司保费增长的“主力军”，近年来其在行业原保险保费总额中的占比有所波动，但仍维持在75%以上。10月寿险也出现了显著下滑，原保费收入1,139亿元，同比-7.5%（前值为+0.5%），增速显著下滑预计主要受产品定价利率下调、银保“报行合一 擊 费用管控以及保险公司战略重心转向筹备24 年开门红等因素影响。总的来看，虽然这两个月保费有所下滑，但预计行业年度保费同比正增长无忧。各险企为应对利率下行，正加速布局新赛道，培育新动能，加快专业化、数字化、综合化、生态化等方面的探索。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：当前我国人身险中寿险比重最大，渗透率也非常高，远超过国外，这很大程度上与我国人口老龄化程度加深、人们对寿险保障的需求增加以及寿险产品的多样化等因素有关。但是在养老险和健康险产品上，我们还有差距，仍需各方共同努力。

四、人身保险负面清单持续扩容，促进行业长期稳定健康发展

2018年5月，银保监会发布《关于组织开展人身保险产品专项核查清理工作的通知》（银保监办发[2018]19号），列明了52条人身险产品开发设计负面清单，此后，监管部门每年都会结合监管实践和通报中的典型问题调整更新负面清单，内容不断完善。2023年1月13日，该负面清单已经更新到2023版，总计90条，较上一版新增8条，其中有6条涉及产品费率厘定及精算假设方面的问题，重点指向增额终身寿险产品。此外，涉及产品条款表述和产品责任设计的禁令各1条，还有1条内容微调。新增和调整的内容重点针对增额终身寿险，此外，还涉及养老年金险和包含慈善赠药服务的医疗险。

2021-2023版人身险产品“负面清单”对比

编号

分类

2021版

2022版

2023版

2023年新增

1

产品条款表述

21项

22项

24项

条款约定可随意变更被保险人，违背保险原理，侵害保单利益相关方的权益

医疗保险的责任免除条款中包含“被保险人用药时长符合慈善赠药申请条件，但因被保险人未提交相关申请或者提交的申请材料不全导致慈善赠药申请未通过，或者在慈善赠药申请通过的情况下，因被保险人个人原因未领取慈善赠药而发生的药品费用”等表述，涉嫌加重被保险人义务

2

产品设计

16项

21项

23项

增额终身寿险的减保规则不明确；

养老年金产品通过调整降低产品前期的身故利益来补贴增加后期生存给付的利益，并在产品宣传时承诺定价利率的长期高回报；

3

产品费率厘定及精算假设

21项

23项

27项

增额终身寿险的定价附加费用率假设较公司实际销售费用显著偏低

增额终身寿险的利润测试投资收益假设与公司实际经营情况存在较大偏差

保险产品利润测试的投资收益率假设偏离公司投资能力和市场利率趋势，并存在定价不足风险

保险产品的附加费用率超过监管规定上限或个别年龄点收益超过定价利率等

4

产品报送管理

15项

16项

16项

-

5

合计

73项

82项

90项

-

资料来源：财联社、银保监会、观研天下数据中心整理

当前，年度频率的人身险产品“负面清单”已经成为保险公司产品开发的对照参考，也是监管部门进行产品管理的重要抓手。一方面，产品负面清单对存量产品进行规范整改，不断减少产品潜在风险和打击相关违法违规行，从而尽可能从源头上消除潜在保单纠纷，保障消费者合法权益；另一方面，年度负面清单在延续监管持续性和一致性的同时，不断为行业和险企未来产品开发方面提供思路和启发，同时也成为监管部门进行产品报备管理的重要抓手，从长期来看有望不断提高人身保险行业产品供给质量和优化人身险负债结构，促进人身险行业长期稳定健康发展。

观研天下分析师观点：在当前预定利率下行、理财产品收益不尽如人意的大环境下，储蓄型寿险在收益性和安全性方面相较于“竞品”表现出比较优势，加上低基数效应，后续保费收入增长依然可期。（LZC）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国人身险行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析

。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国人身险行业发展概述

第一节 人身险行业发展情况概述

- 一、人身险行业相关定义
- 二、人身险特点分析
- 三、人身险行业基本情况介绍
- 四、人身险行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、人身险行业需求主体分析

第二节 中国人身险行业生命周期分析

- 一、人身险行业生命周期理论概述
- 二、人身险行业所属的生命周期分析

第三节 人身险行业经济指标分析

- 一、人身险行业的赢利性分析
- 二、人身险行业的经济周期分析
- 三、人身险行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球人身险行业市场发展现状分析

第一节 全球人身险行业发展历程回顾

第二节 全球人身险行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲人身险行业地区市场分析

- 一、亚洲人身险行业市场现状分析
- 二、亚洲人身险行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲人身险行业市场前景分析

第四节 北美人身险行业地区市场分析

- 一、北美人身险行业市场现状分析
- 二、北美人身险行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美人身险行业市场前景分析

第五节 欧洲人身险行业地区市场分析

- 一、欧洲人身险行业市场现状分析
- 二、欧洲人身险行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲人身险行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界人身险行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球人身险行业市场规模预测

第三章 中国人身险行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对人身险行业的影响分析

第三节 中国人身险行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对人身险行业的影响分析

第五节 中国人身险行业产业社会环境分析

第四章 中国人身险行业运行情况

第一节 中国人身险行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国人身险行业市场规模分析

一、影响中国人身险行业市场规模的因素

二、中国人身险行业市场规模

三、中国人身险行业市场规模解析

第三节 中国人身险行业供应情况分析

一、中国人身险行业供应规模

二、中国人身险行业供应特点

第四节 中国人身险行业需求情况分析

一、中国人身险行业需求规模

二、中国人身险行业需求特点

第五节 中国人身险行业供需平衡分析

第五章 中国人身险行业产业链和细分市场分析

第一节 中国人身险行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、人身险行业产业链图解

第二节 中国人身险行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对人身险行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对人身险行业的影响分析

第三节 我国人身险行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国人身险行业市场竞争分析

第一节 中国人身险行业竞争现状分析

- 一、中国人身险行业竞争格局分析
- 二、中国人身险行业主要品牌分析

第二节 中国人身险行业集中度分析

- 一、中国人身险行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国人身险行业市场集中度分析

第三节 中国人身险行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国人身险行业模型分析

第一节 中国人身险行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国人身险行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国人身险行业SWOT分析结论

第三节中国人身险行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国人身险行业需求特点与动态分析

第一节中国人身险行业市场动态情况

第二节中国人身险行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节人身险行业成本结构分析

第四节人身险行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国人身险行业价格现状分析

第六节中国人身险行业平均价格走势预测

一、中国人身险行业平均价格趋势分析

二、中国人身险行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国人身险行业所属行业运行数据监测

第一节中国人身险行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国人身险行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国人身险行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国人身险行业区域市场现状分析

第一节 中国人身险行业区域市场规模分析

一、影响人身险行业区域市场分布的因素

二、中国人身险行业区域市场分布

第二节 中国华东地区人身险行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区人身险行业市场分析

(1) 华东地区人身险行业市场规模

(2) 华南地区人身险行业市场现状

(3) 华东地区人身险行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区人身险行业市场分析

(1) 华中地区人身险行业市场规模

(2) 华中地区人身险行业市场现状

(3) 华中地区人身险行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区人身险行业市场分析

(1) 华南地区人身险行业市场规模

(2) 华南地区人身险行业市场现状

(3) 华南地区人身险行业市场规模预测

第五节 华北地区人身险行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区人身险行业市场分析

- (1) 华北地区人身险行业市场规模
- (2) 华北地区人身险行业市场现状
- (3) 华北地区人身险行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区人身险行业市场分析

- (1) 东北地区人身险行业市场规模
- (2) 东北地区人身险行业市场现状
- (3) 东北地区人身险行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区人身险行业市场分析

- (1) 西南地区人身险行业市场规模
- (2) 西南地区人身险行业市场现状
- (3) 西南地区人身险行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区人身险行业市场分析

- (1) 西北地区人身险行业市场规模
- (2) 西北地区人身险行业市场现状
- (3) 西北地区人身险行业市场规模预测

第十一章 人身险行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国人身险行业发展前景分析与预测

第一节中国人身险行业未来发展前景分析

一、人身险行业国内投资环境分析

二、中国人身险行业市场机会分析

三、中国人身险行业投资增速预测

第二节中国人身险行业未来发展趋势预测

第三节中国人身险行业规模发展预测

一、中国人身险行业市场规模预测

二、中国人身险行业市场规模增速预测

三、中国人身险行业产值规模预测

四、中国人身险行业产值增速预测

五、中国人身险行业供需情况预测

第四节中国人身险行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国人身险行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国人身险行业进入壁垒分析

一、人身险行业资金壁垒分析

二、人身险行业技术壁垒分析

三、人身险行业人才壁垒分析

四、人身险行业品牌壁垒分析

五、人身险行业其他壁垒分析

第二节人身险行业风险分析

- 一、人身险行业宏观环境风险
- 二、人身险行业技术风险
- 三、人身险行业竞争风险
- 四、人身险行业其他风险

第三节中国人身险行业存在的问题

第四节中国人身险行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国人身险行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国人身险行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国人身险行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节人身险行业营销策略分析

- 一、人身险行业产品策略
- 二、人身险行业定价策略
- 三、人身险行业渠道策略
- 四、人身险行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/679147.html>