下载日志已记录，仅供内部参考

东吴证券 SOOCHOW SECURITIES

保险II行业深度报告

中国人身险银保渠道系列报告一：国内市场三十年演进历程复盘

增持（维持）

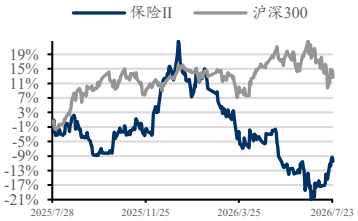
2026 年 07 月 27 日

证券分析师 孙婷
执业证书：S0600524120001
sunt@dwzq.com.cn
研究助理 欧旺杰
执业证书：S0600124120002
ouwj@dwzq.com.cn

投资要点

- **国内人身险银保渠道已历经 30 年发展，可主要分为五大发展阶段。**
- **阶段一（1996-2000）：银保业务探索期，多家险企开拓银保渠道。**1）1996 年，国内监管部门开始将银行作为兼业代理渠道，银保这一销售模式正式引进国内，并确定了“分业经营，兼业代理”的银保合作模式。2）1996 年，平安与农业银行合作，成为国内第一家尝试银保业务的公司。之后，中国人寿、太保寿险、新华保险、泰康人寿等也纷纷跟进。
- **阶段二（2001-2010）：银保业务快速增长期，产品、险企齐助力。**1）银保代理机构增加激发市场活力。2004 年-2010 年，保险市场银行保险代理机构数量由 64923 家增长到 113632 家，其中 2010 年同比增速达到 33.7%。同期银行保险代理机构占全部保险兼业代理机构占比始终在 50%以上，到 2011 年占比达到 59.8%。2）银保业务进入增长的快车道。保险公司投资商业银行限制的放宽叠加分红型的保险产品出现，推动了银保渠道的快速发展。2011 年银邮渠道保费收入为 4584 亿元，是 2004 年时的 6.4 倍。
- **阶段三（2011-2016）：银保渠道清虚时期，多方因素制约银保渠道发展。**1）2010 年 11 月，原银监会出台规范银保销售的《关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售与风险管理的通知》，对商业银行代理保险业务提出多项规范性要求。2）2008 年世界金融危机发生后，资本市场波动，全球进入低利率时期，万能险、投连险等储蓄型产品收益下降，银保渠道产品的竞争力减弱。3）2013 年，人身保险保单预定利率上限从 2.5%提高到 3.5%。这一调整让普通型人身保险产品的竞争力大幅提升，因此带动了个险渠道的快速发展，银保渠道产品的竞争力下降，市场份额被挤压，下滑明显。
- **阶段四（2017-2023）：政策引领产品去短期化，增额终身寿逐渐成为渠道支柱。**1）监管部门陆续出台新规引导银保渠道销售的保险产品从短期储蓄型产品，逐渐向中长期储蓄型及保障型产品发展。经过新规长期严格的执行，期交保费持续高速增长，2020 年 6120 亿元银保新单保费中，期交保费 2249 亿元，同比增长 10.9%；趸交保费收入 3871 亿元，同比增长 0.9%。2）增额终身寿险引领银保渠道复苏。2014 年，增额终身寿险在银保渠道出现；2015 年增额终身寿出现升级产品，但仍不作为市场主流形态；直至 2021 年，增额终身寿险产品在竞争中脱颖而出，占据银保市场绝对主流地位。
- **阶段五（2024-至今）：“报行合一”全面实施下的“新银保”发展时期。**1）2024 年“报行合一”政策全面推行，银保渠道费率管控强化，行业平均佣金降低 30%。2）头部险企凭借优势实现份额集中提升，行业“马太效应”愈发明显。3）2025 年银保渠道新单规模保费收入总计约为 8446 亿元，同比增长 15.2%，**新单保费占比攀升至超 60%，正式超越个险渠道，重回人身险行业第一大新单渠道。**
- **风险提示：长端利率趋势性下行，权益市场波动，新单保费承压。**

行业走势



相关研究

《保险行业 6 月月报：车险业务增速逐步改善，寿险保费单月降幅环比收窄》

2026-07-25

《保险行业 2026 年中期业绩前瞻：预计投资收益提升带动归母净利润大幅增长》

2026-07-24

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

内容目录

1. 国内人身险银保渠道已历经 30 年发展 4
2. 阶段一（1996-2000）：银保业务探索期，多家险企开拓银保渠道 4
3. 阶段二（2001-2010）：银保业务快速增长期，产品、险企齐助力 5
3.1. 银保代理机构增加激发市场活力 5
3.2. 险企与银行加强合作，银保渠道保费快速增长 6
3.3. 政策引领储蓄型人身险发展，分红型产品推动银保渠道腾飞 6
4. 阶段三（2011-2016）：银保渠道清虚时期，多方因素制约银保渠道发展 8
4.1. 新政出台，银保渠道“野蛮生长”被按下暂停键 8
4.2. 银保渠道市场份额下降严重，产品竞争已显疲态 9
4.3. 行业监管政策促使银保渠道健康发展 10
4.4. 代理人资格考试取消，代理人渠道快速扩张对银保渠道产生挤压 10
5. 阶段四（2017-2023）：政策引领产品去短期化，增额终身寿逐渐成为渠道支柱 12
5.1. 监管政策推动产品去短期化，期缴业务占比提升 12
5.2. 代理人渠道发展陷入瓶颈，银保渠道竞争激烈 13
5.3. 银保渠道价值重新被认可，增额终身寿成为新的产品支柱 14
6. 阶段五（2024-至今）：“报行合一”全面实施下的“新银保”发展时期 17
6.1. 银保渠道费用管理的规范化迈入新纪元 17
6.2. “报行合一”全面实施下，银保渠道经营模式发生深刻变化 18
6.3. 利率下行催生“挪储”潮，银保渠道储蓄型产品持续承接存款 19
7. 风险提示 20

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

图表目录

图 1: 2004-2010 年银行保险代理机构数量及同比增速 5
图 2: 银保代理机构占全部保险兼业代理机构占比 5
图 3: 2004-2010 年银邮渠道保费收入及增速 6
图 4: 2004-2006 年人身险产品新单保费收入比较（亿元） 7
图 5: 2001-2010 年人身险保费渠道占比 8
图 6: 2011-2013 年银邮渠道保费收入及同比增速 10
图 7: 2011-2013 年银邮渠道保费收入占比 10
图 8: 2014-2016 年银邮渠道保费收入及同比增速 10
图 9: 保险行业代理人规模及增速 11
图 10: 2014-2015 年个险渠道及银保渠道市场份额 11
图 11: 2011-2016 年人身险保费渠道占比 11
图 12: 保险行业代理人占总人口、城镇人口比例 14
图 13: 中国平安代理人月人均收入与社会平均月收入 14
图 14: 2017-2021 年银保原保险保费收入及增速 14
图 15: 2021 年银保渠道保费收入构成 15
图 16: 2021 年银保渠道保费收入构成 15
图 17: 2017-2023 年人身险保费渠道占比 16
图 18: 银保渠道新单总保费 19
图 19: 银保渠道期交保费累计市场份额 19
图 20: 工商银行一、三年期定存利率（%） 20

表 1: 国内人身险银保渠道发展阶段 4
表 2: 各险企逐步开启银保渠道 5
表 3: 2001 年各险企投资连结险设计差异 7
表 4: 《关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售与风险管理的通知》主要内容 9
表 5: 2016-2022 年保险产品相关重大政策 12
表 6: 2021 年期交产品年度销量前十产品列表 16
表 7: 银保渠道“报行合一”政策梳理 18

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

1. 国内人身险银保渠道已历经 30 年发展

随着上世纪国内储蓄型保险产品的出现，银保渠道于 1996 年开始逐渐走进国内公众的视野。1）银保渠道作为保险重要投保渠道之一，其优势是银保产品普遍简单明了、收益清晰、投保方便、费率较低，投保人可以直接与银行工作人员签订保险合同。值得注意的是，**保险公司与银行间只是合作关系，银行只提供销售渠道赚取佣金，并不承担任何担保责任**。2）银保渠道销售的保险产品往往不允许保险公司的代理人同时销售，其品种相对来说比较少，主要集中在分红险、万能险和投连险等储蓄产品上。而个险则是保险公司业务员自主开展保险业务，属于保险公司自有的渠道。个险销售的险种种类则比较多，通常以长期保障险为主，通常包括重疾险、分红保险、教育类保险、养老保险等。3）中国人身险业银保渠道已历经 30 年发展，大致可分为五个发展阶段：一是银保业务初步探索期（1996-2000），二是银保业务快速增长期（2001-2011），三是银保渠道清虚时期（2012-2016），四是增额终身寿产品爆发时期（2017-2023），五是“新银保”发展时期（2024-至今）。

表1：国内人身险银保渠道发展阶段

发展阶段	时间	主要情况
阶段一	1996-2000	银保业务探索期，多家险企开拓银保渠道
阶段二	2001-2011	银保业务快速增长期，渠道产品、保费快速增长
阶段三	2012-2016	银保渠道清虚时期，多方因素制约银保渠道发展
阶段四	2017-2023	政策引领产品去短期化时期，增额终身寿逐渐成为渠道支柱
阶段五	2024 至今	“报行合一”全面实施下的“新银保”发展时期

数据来源：东吴证券研究所整理

2. 阶段一（1996-2000）：银保业务探索期，多家险企开拓银保渠道

20 世纪 90 年代银保销售模式初现国内，平安率先与农业银行合作，引领银保业务发展。1）银行保险作为保险销售的渠道之一，起源于 20 世纪 80 年代的欧洲，直到 1996 年，国内监管部门开始将银行作为兼业代理渠道，银保这一销售模式正式引进国内，并确定了“分业经营，兼业代理”的银保合作模式。2）1996 年，平安与农业银行合作，成为国内第一家尝试银保业务的公司。之后，中国人寿、太保寿险、新华保险、泰康人寿等也纷纷跟进。3）自 1980 年我国恢复保险业起直到 20 世纪 90 年代末，我国寿险业产品从保障程度低的简易人身险逐渐拓展为保障程度更高的定期寿险、终身寿险和两全保险，产品的销售渠道也由团体代理转向代理人销售为主，此时银保渠道的发展受到产品类型及政策导向等多种因素的限制。

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

表2：各险企逐步开启银保渠道

保险公司	银保渠道发展情况
中国平安	1996 年 8 月中国平安保险公司率先与中国农业银行签订了保险代理协议，并且在北京和上海尝试销售银行保险产品
中国人寿	1997 年间，中国人寿保险有限公司与工商银行签订了代理销售寿险产品的代理协议
中国太保	1997 年间，中国太平洋保险公司分别与交通银行、中国银行、中国农业银行签订保险业务代理协议
中国人保	2000 年，中国人民保险公司与中国农业银行今天签署全面合作协议，双方将建立长期业务合作关系

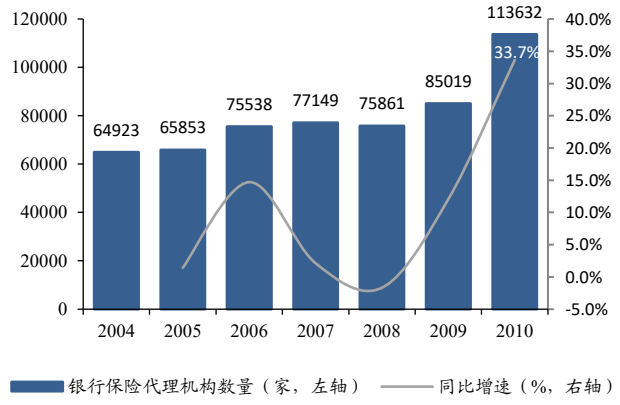
数据来源：田盛男《中国银行保险发展研究》，《中国银行保险发展历程》，中国新闻网，东吴证券研究所

3. 阶段二（2001-2010）：银保业务快速增长期，产品、险企齐助力

3.1. 银保代理机构增加激发市场活力

保险市场银行保险代理机构数量稳步增长，始终占据保险兼业代理机构中的主要地位。1）2004 年-2010 年，保险市场银行保险代理机构数量由 64923 家增长到 113632 家，其中 2010 年同比增速达到 33.7%。2）2004-2010 年，银行保险代理机构占全部保险兼业代理机构占比始终在 50%以上，到 2010 年占比达到 59.8%，代理业务稳健发展。3）相较保险公司自行销售保单，银行优良的信用和声誉更容易获得客户的信任，且银行保险多元化、全方位、一站式的服务可以同时满足客户财富和人身保障的需求，不断增设的银行保险代理机构则使客户享受到提供方便、快捷的金融服务，为保险市场注入新的活力。

图1：2004-2010 年银行保险代理机构数量及同比增速



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

图2：银保代理机构占全部保险兼业代理机构占比



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

请务必阅读正文之后的免责声明部分

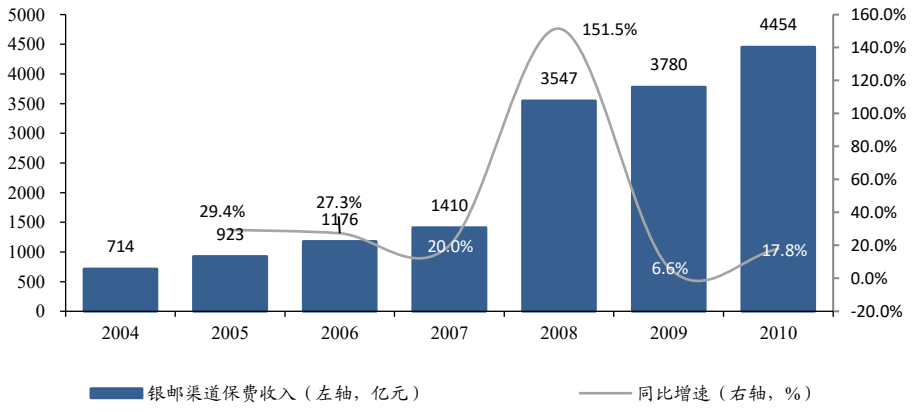
下载日志已记录，仅供内部参考

3.2. 险企与银行加强合作，银保渠道保费快速增长

险企与银行融合程度加深，银保渠道保费迎来快速增长。1）2000 年平安寿险公司率先推出了银行保险专属产品“千禧红”。随后中国人寿、泰康人寿、新华人寿等与工商银行、中国银行等相继推出了“鸿泰两全”、“鸿星少儿”、“千里马”、“红双喜”等各自的银行代理产品。2）2006 年 10 月，原保监会出台了《关于保险机构投资商业银行股权的通知》，允许保险机构投资境内未上市银行的股权，并详细规定了投资比例、资金来源、投资资格、投资目标选择等方面的要求，为保险公司打开了入股银行的通道，中国人寿认购广发银行及平安集团收购深圳商业银行，险企与银行的合作更加密切。

从保费收入上看，2004-2010 年我国人身险行业银保渠道保费规模实现跨越式增长。保费收入从 2004 年的 714 亿元攀升至 2010 年的 4454 亿元，六年间规模增长超 5 倍，快速成长为人身险行业的核心保费贡献渠道。其中 2004-2007 年渠道处于平稳扩张阶段，保费逐年稳步抬升，尽管同比增速从 29.4%逐步回落至 20.0%，但始终维持双位数的稳健增长，银保合作模式在这一阶段持续铺开渗透；2008 年渠道迎来爆发式跃升，保费跳升至 3547 亿元，同比增速高达 151.5%，主要受当年资本市场波动下储蓄型保险需求升温、银行网点代销动力增强共同推动；2009 年渠道进入短期调整期，同比增速骤降至 6.6%，保费仅小幅增长，与基数大幅抬升及产品结构调整直接相关；2010 年渠道重回双位数增长轨道，同比增速回升至 17.8%，规模进一步扩容，银保渠道的行业价值与市场地位持续巩固。

图3：2004-2010 年银邮渠道保费收入及增速



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

3.3. 政策引领储蓄型人身险发展，分红型产品推动银保渠道腾飞

人身险预定利率下降致使普通人身险产品吸引力降低，储蓄型人身险产品迎来机遇。1）鉴于银行利率降低，1999 年 6 月，原保监会发布《关于调整寿险保单预定利率的紧急通知》，要求各险企将寿险保单的预定利率调整为不超过年复利 2.5%。至此，普通型寿险产品的价格上涨，吸引力下降，失去了竞争空间。2）为了降低利差损，险企纷纷

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

引入收益率浮动的理财型人寿险。平安人寿率先引进投资连结险产品，太保寿险引入万能险产品，中国人寿则引进了分红险。3）当时主流投资型人身险为投资连结险和万能寿险。平安、新华、信诚、泰康四家公司均主推投资连结险，但设计各有不同。万能险最早仅有太平洋人寿保险公司销售。

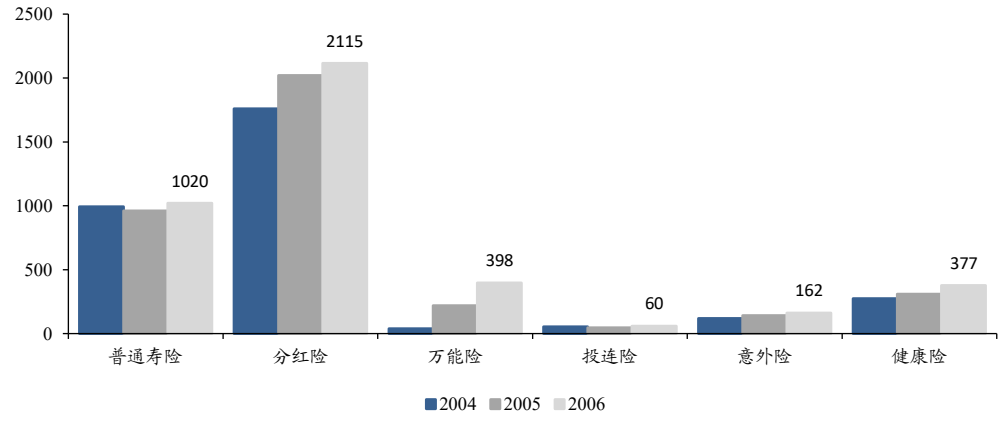
表3：2001 年各险企投资连结险设计差异

保险公司	投连险设计差异
中国平安	1）缴费方式固定；2）第二年少量资金进入投资账户，避免早期准备金为负
新华保险	缴费方式灵活，保额灵活，类似变额万能产品
信诚人寿	1）保单前十次交费都扣除 5%以上的费用；2）按终身寿险最低保费测算规定最低交费标准
泰康保险	将投资连接险放在银行柜台销售，具有保底利率，相比同期银行存款扣除利息税稍高

数据来源：《中国保险业发展报告 2003》，东吴证券研究所

分红型保险与银行经营模式相匹配，推动银保渠道快速发展。1）分红险最早产生于 2000 年 3 月，中宏人寿推出了我国首张分红险保单。随后，中国人寿推出了千禧理财，中国平安推出了平安鸿利，泰康人寿推出了新天福，分红型寿险产品逐渐丰富。2）从产品的销售情况来看，我国银保保费来源主要集中于分红保险产品，占比超过 90%。3）分红型的保险产品在购买流程、缴费方式以及分红领取上，都非常灵活方便，与银行本身的经营模式契合度高，更容易被银行客户所接受，因此大大推动了银保渠道的发展。

图4：2004-2006 年人身险产品新单保费收入比较（亿元）



数据来源：《中国保险业发展报告 2008》，《中国保险年鉴 2004-2006》，东吴证券研究所

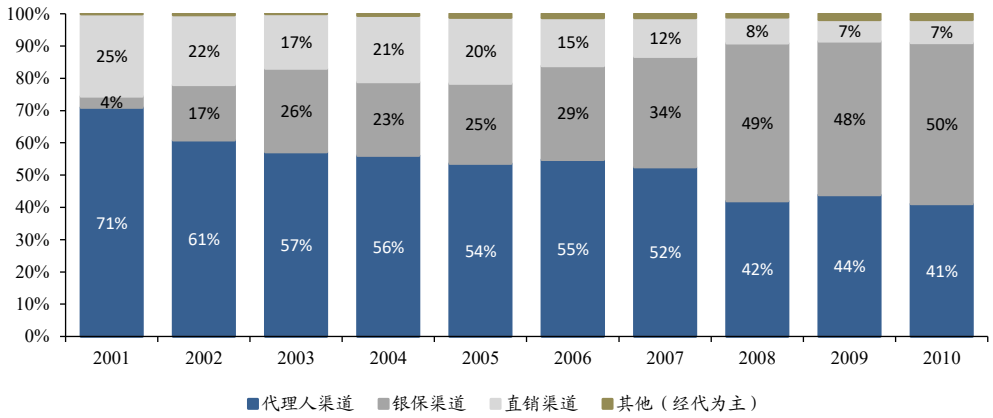
2001-2010 年，我国人身险行业银保渠道保费占比呈现持续快速攀升的发展态势，渠道地位实现了从边缘补充到行业核心支柱的跨越式跃迁，彻底重塑了人身险行业的渠道格局。1）2001 年银保渠道占比仅为 4%，尚处于行业起步探索阶段；2001-2003 年迎来首轮高速扩张，占比迅速提升至 26%，三年间提升 22pct，银保合作模式快速在银行网点渗透，跻身行业重要保费贡献渠道。2）2004-2007 年渠道进入稳步提升周期，占比在 2004 年小幅回调至 23%后持续上行，逐步攀升至 34%，渠道价值持续释放，与传统

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

代理人渠道的份额差距不断收窄。3）2008 年渠道迎来爆发式跃升，保费占比跳升至 49%，接近行业半壁江山；2009 年占比微幅回落至 48%后，2010 年正式突破 50%，超越代理人渠道成为人身险行业第一大保费渠道。4）在此十年间，传统代理人渠道保费占比从 71% 持续下滑至 41%，直销渠道占比从 25%大幅萎缩至 7%，行业渠道结构从代理人渠道一家独大，彻底转向银保与个险双轮驱动的新格局，银保渠道凭借银行网点的客群基础与流量优势，成为推动人身险行业规模扩张的核心增长引擎。

图5：2001-2010 年人身险保费渠道占比



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

4. 阶段三（2011-2016）：银保渠道清虚时期，多方因素制约银保渠道发展

4.1. 新政出台，银保渠道“野蛮生长”被按下暂停键

行业监管新政出台，多项要求直接导致银保规模大幅下滑。1）2010 年 11 月，原银监会出台规范银保销售的《关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售与风险管理的通知》(以下简称“90 号文”)，对商业银行代理保险业务提出多项规范性要求。2）在销售人员以及销售流程方面，90 号文对商业银行网点销售保险产品的人员的资质提出了要求，只有持有保险代理从业人员资格证书的银行销售人员才能上岗，并限制保险公司人员派驻银行网点，此外也规范了销售流程，要求杜绝误导销售行为。这暴露了传统银保作业模式的局限性以及从业人员的资质不完善等问题，打击了保险公司对银保队伍的高度依赖性，导致了银保业务人力活动率和产能的明显下降。3）在产品宣传方面，90 号文要求保险产品不得与其他金融理财等产品混淆销售，收益上也不能将几者简单类比，不得夸大保险产品收益。这进一步削弱了保险产品的竞争能力。4）在合作数量方面，**90 号文要求商业银行每个网点原则上只能与不超过 3 家保险公司开展合作**，对以依靠网点数量扩大销售范围为基础的银保业务而言，产生了负面影响，对其他市场主体形成了挤出效应，导致了银保业务的快速萎缩。5）90 号文的出台，有利于进一步规范

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

银行和保险公司之间的合作经营，促使商业银行和保险公司更加专业谨慎地销售保险产品，保护客户利益，稳定金融市场秩序；但也直接将银保渠道拉下了发展的“快车道”。

表4：《关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售与风险管理的通知》主要内容

涉及方面	主要内容
销售人员	通过商业银行网点直接向客户销售保险产品的人员，应当是持有保险代理从业人员资格证书的银行销售人员；商业银行不得允许保险公司人员派驻银行网点。
产品宣传	不得将保险产品与储蓄存款、基金、银行理财产品等产品混淆销售，不得将保险产品收益与上述产品简单类比，不得夸大保险产品收益。
销售流程	商业银行应当充分了解客户的风险偏好、风险认知能力和承受能力，对购买投资连结保险等复杂保险产品的客户，应当建立客户风险测评和适合度评估制度，防止错误销售。
合作数量	商业银行每个网点原则上只能与不超过 3 家保险公司开展合作，销售合作公司的保险产品。如超过 3 家，应坚持审慎经营，并向当地原银监会派出机构报告。

数据来源：原银监会，东吴证券研究所

4.2. 银保渠道市场份额下降严重，产品竞争已显疲态

银保产品竞争能力减弱，银保渠道份额迎来较大下滑。1）2012 年至 2013 年，人身险银邮渠道保费收入出现连续两年负增长，保费收入自 4103 亿元降低至 3940 亿元，其中 2012 年同比降幅高达-10.5%，人身险银邮渠道市场份额也由 2012 年的 41.2%下降至 2013 年的 36.8%。2）银保产品自身的竞争力较弱是银保业务下滑的主要原因。2008 年世界金融危机发生后，资本市场波动，全球进入低利率时期，万能险、投连险等储蓄型产品收益下降，银保渠道产品的竞争力减弱，银保业务发展持续承压。3）金融产品结构不断完善对银保渠道造成一定冲击。随着资本市场的不断完善，股票、基金、信托等金融产品层出不穷，极大丰富了投资者的理财需求，而银保产品受限于行业监管部门对保险利率的管理，人身险公司难以在收益率方面提升产品的优势，而作为保险产品竞争优势的保障功能也为了迎合银行渠道客户的理财意愿而被弱化，这都导致了金融产品的市场影响力与日俱增，银保渠道产品发展受到一定冲击。

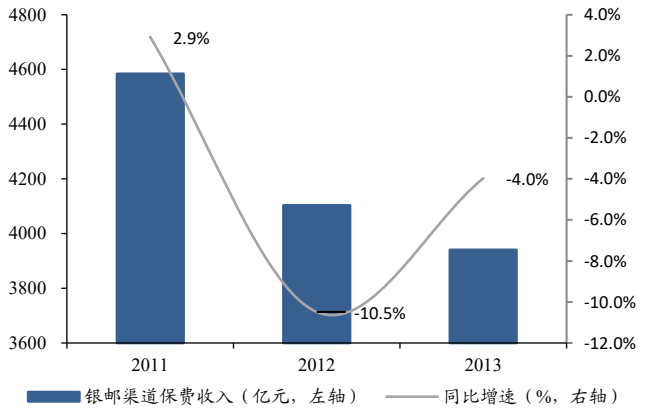
预定利率提升，个险渠道快速发展，挤压银保渠道。2013 年 8 月初，为了提高保险产品的市场竞争力，原保监会宣布普通型人身保险费率改革正式启动，新政策将人身保险预定利率定价权交给保险公司和市场，不再执行 2.5%的上限规定，将普通型人身保险保单预定利率上限从 2.5%提高到 3.5%，这意味着从 1999 年 6 月开始执行 14 年的预定利率上限正式放开。这一调整让普通型人身保险产品的竞争力大幅提升，因此带动了个险渠道的快速发展，银保渠道产品的竞争力下降，市场份额被挤压，下滑明显。

银保渠道销售方式单一，有待进一步整合。1）这一阶段中国银保营销渠道发展并不均衡，银行内部的销售渠道即柜面渠道承担了绝大多数业务，而对于理财中心、电话营销、网络营销、对公客户经理、公司信贷等渠道，仍处于尝试阶段，尚未贡献显著业绩增长。2）由于未能有效建立网络系统，银行的业务操作还停留在手工化、粗放型的层面，无法形成有针对性的销售，仍待进一步整合升级

请务必阅读正文之后的免责声明部分

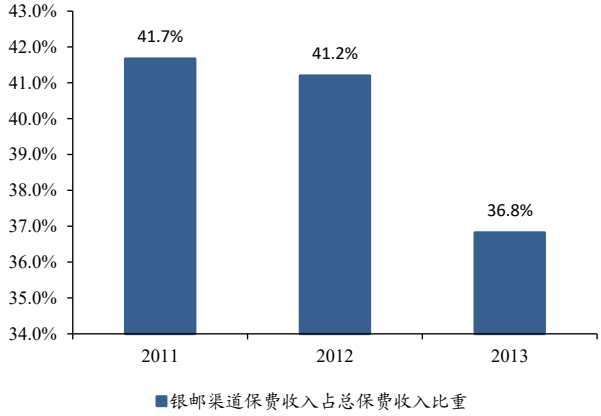
下载日志已记录，仅供内部参考

图6：2011-2013 年银邮渠道保费收入及同比增速



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

图7：2011-2013 年银邮渠道保费收入占比

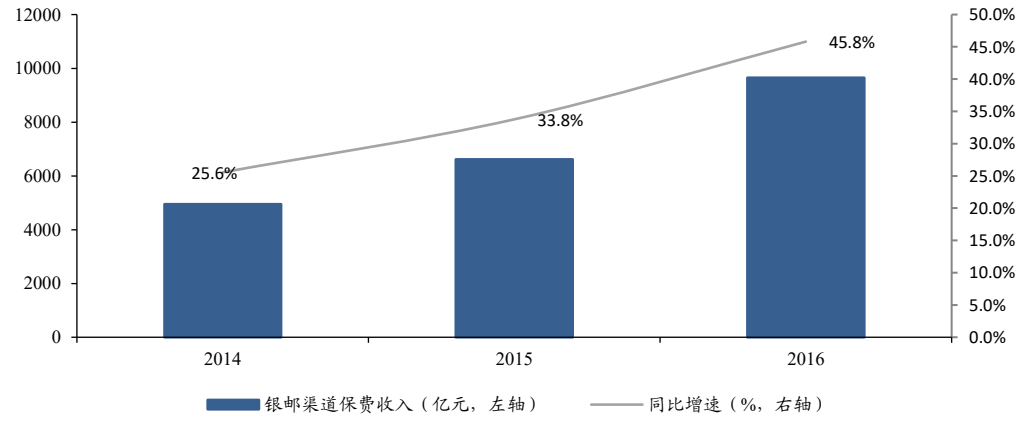


数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

4.3. 行业监管政策促使银保渠道健康发展

适应期后再出新规，银保渠道负增长态势被扭转。1）2014 年初，中国原保监会及原银监会联合下发《关于进一步规范商业银行代理保险业务销售行为的通知》，要求保险公司和商业银行将保护消费者的利益放在首位，依法合规地开展代理保险业务，进一步提高商业银行代理保险业务的销售适应性和管理水平。2）新规对引导保险公司调整业务结构发挥了重要作用，有效推动了银保业务的转型与规范发展，有利于消费者合法权益的保护及促进商业银行代理保险业务的规范、健康、持续发展和更好地提供相关服务。3）新规的整体方向与 90 号文一致，在适应期后险企基本已达到监管要求，人身险银邮渠道保费收入继连续负增长后终于扭负为正，2014-2016 年实现了高速增长，2016 年的人身险银邮渠道保费收入增长至 9648 亿元。

图8：2014-2016 年银邮渠道保费收入及同比增速



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

4.4. 代理人资格考试取消，代理人渠道快速扩张对银保渠道产生挤压

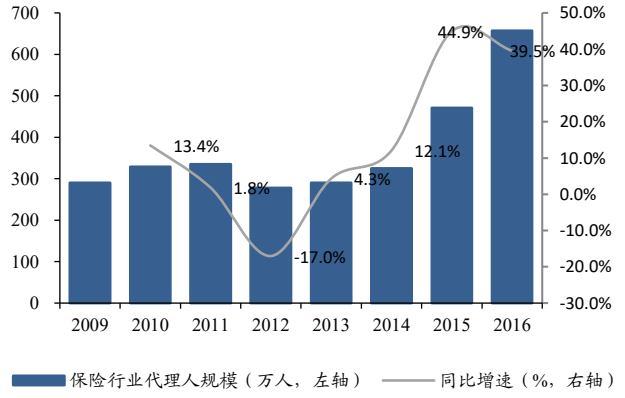
2014 年代理人资格考试取消，个险人力规模迅速增长，市场份额跃居第一。1）代理人资格考试取消后，代理人规模进入高速增长期，2015 年及 2016 年同比增速分别达

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

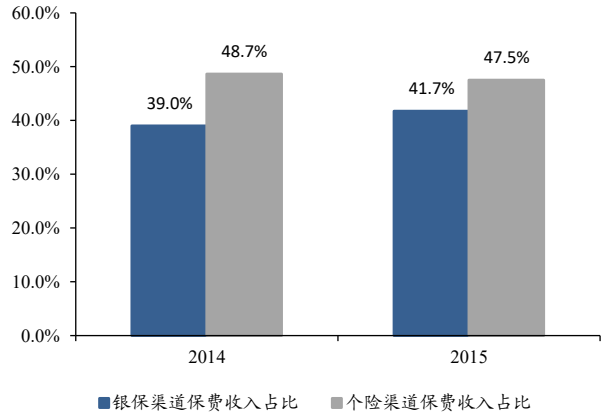
到 44.9%和 39.5%，2016 年末 657 万人的规模已超过 2014 年末的两倍。2）人力规模迅速扩张推动个险渠道为主的传统寿险和重疾险产品保费收入快速增长。3）因人力规模及主流产品销售结构的变化，银保渠道的市场份额被个险渠道反超，2014 年时个险渠道保费收入占人身险总保费收入的比重为 48.7%，银保渠道则仅占 39.0%。

图9：保险行业代理人规模及增速



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

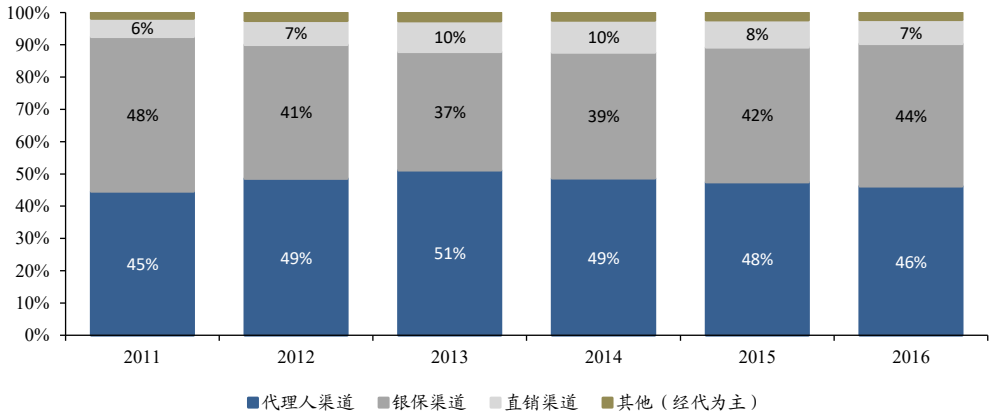
图10：2014-2015 年个险渠道及银保渠道市场份额



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

2011-2016 年，我国人身险行业银保渠道保费占比结束了此前十年的持续攀升态势，渠道地位从行业第一大保费渠道回落至第二大渠道，折射出监管规范引导下行业渠道结构的深度调整。1）2010 年银保渠道占比达到 50%的历史峰值后，2011-2013 年进入持续下行调整期，占比从 48%快速滑落至 37%，三年累计下降 13pct，核心源于监管层针对银保渠道销售乱象、趸交储蓄型产品扎堆的问题出台系列规范政策，倒逼渠道粗放扩张熄火，同时代理人渠道重回增长轨道，2013 年代理人渠道占比回升至 51%，重新超越银保渠道夺回行业第一大渠道地位。2）2014-2016 年银保渠道逐步完成规范调整，占比进入企稳回升通道，从 39%逐步修复至 44%，三年累计回升 7pct，得益于银保渠道自身向期交、保障型产品的转型成效显现，但始终未能重回 2010 年 50%的峰值水平。

图11：2011-2016 年人身险保费渠道占比



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

5. 阶段四（2017-2023）：政策引领产品去短期化，增额终身寿逐渐成为渠道支柱

5.1. 监管政策推动产品去短期化，期缴业务占比提升

监管频出新规，限制中短存续产品，为银保长期期交产品开拓市场。1）2016 年 9 月，原保监会发布了《关于进一步完善人身保险精算制度有关事项的通知》，对中短期银保产品的保费收入限额进行了规定和约束。随后，2017 年 5 月原保监会发布了《关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》，对人身保险产品的设计及命名做出严格规定，导致很多不符合新规定的产品被迫下架。2019 年，银保监会发布《商业银行代理保险业务管理办法》，引导商业银行代理保险业务中大力发展长期储蓄型和风险保障型保险产品。2）在新规发布之前，众多险企银保渠道产品以中短期高利率产品为主打，产品的特点是内容简单、易于推广，由银行担当销售主力，保险公司的外勤队伍较少，与银行签订的代理手续费较高等。这种模式使保险公司能在更短的时间内以更快的速度入驻银行渠道来获取更多的合作空间。3）监管部门的新规持续引导银保渠道销售的保险产品从短期储蓄型产品，逐渐向中长期储蓄型及保障型产品发展。经过新规长期严格的执行，期交保费持续高速增长，2020 年 6120 亿元银保新单保费中，期交保费 2249 亿元，同比增长 10.9%；趸交保费收入 3871 亿元，同比增长 0.9%。2020 年增额终身寿险和年金险产品占据期交产品年度销量前十中的九席，已成为银行代理渠道业务结构转型主要的推动力之一。

2019 年末银保监会调整部分险种的评估利率水平，年金产品完成利率从 4.025%到 3.5%的转型。2019 年 8 月，银保监会发布《关于完善人身保险业责任准备金评估利率形成机制及调整责任准备金评估利率有关事项的通知》，要求对 2013 年 8 月 5 日及以后签发的普通型养老年金或 10 年以上的普通型长期年金，将责任准备金评估利率上限由年复利 4.025%和预定利率的小者调整为年复利 3.5%和预定利率的小者。我们认为，监管机构此举意在从更深层次引导行业回归保障，同时也有效缓解了潜在的利差损风险，进一步促使银保渠道以价值为驱动不断发展。

表5：2016-2022 年保险产品相关重大政策

发布时间	文件名称	主要内容
2016 年	《关于进一步完善人身保险精算制度有关事项的通知》	1）对中短存续期业务占比提出比例要求：2019 年开始中短存续期业务占比不得超过 50%，2020 年和 2021 年进一步降至 40%和 30%。 2）对中短存续期产品做出严格规定：自 2017 年 1 月 1 日起，对于投资连结保险产品、变额年金保险产品，应按照中短存续期产品的定义要求进行评估和报告；保险公司不得将终身寿险、年金保险、护理保险设计成中短存续期产品；对于附加万能保险和附加投资连结保险等附加险产品，应单独评估该产品的预期存续时间，并判

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

		断其是否属于中短存续期产品。
2017 年	《关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》	针对目前市场上多种有可能“异化”为理财险的人身险产品都做出了明确的规定，明确规定两全险以及年金险 5 年之内不得返还，万能险以及投连险不得以附加险形式存在，严格限制保险产品名称，要求突出保险产品责任特点。
2019 年	《关于完善人身保险业责任准备金评估利率形成机制及调整责任准备金评估利率有关事项的通知》	调整部分险种的评估利率水平。对 2013 年 8 月 5 日及以后签发的普通型养老年金或 10 年以上的普通型长期年金，将责任准备金评估利率上限由年复利 4.025%和预定利率的小者调整为年复利 3.5%和预定利率的小者，其他险种的评估利率要求维持不变。
2019 年	《商业银行代理保险业务管理办法》	引导商业银行代理保险业务中大力发展长期储蓄型和风险保障型保险产品，持续调整和优化商业银行代理保险业务结构。
2021 年	《关于进一步规范保险机构互联网人身保险业务有关事项的通知》	线上线下融合渠道：开展人身保险业务的，不得使用互联网人身保险产品，不得将经营区域扩展至未设立分支机构的地区。
2022 年	《银行保险机构消费者权益保护管理办法（征求意见稿）》	银行保险机构不得允许第三方合作机构进驻营业网点或自营互联网平台，并以银行保险机构的名义向消费者推介或销售保险和服务。

数据来源：原保监会，原银保监会，东吴证券研究所

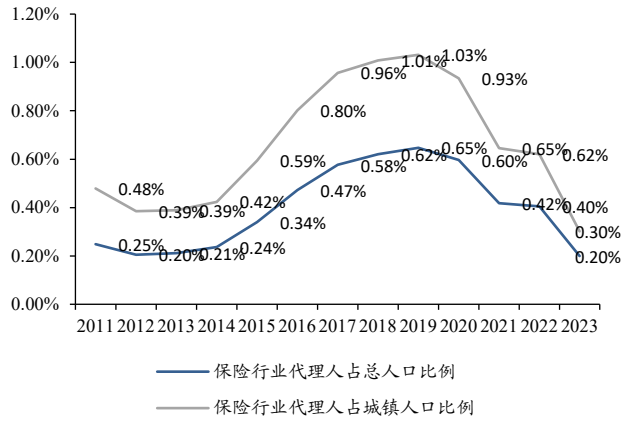
5.2. 代理人渠道发展陷入瓶颈，银保渠道竞争激烈

代理人粗放式增长已现疲态，多方问题齐发，银保渠道价值重获重视。1）2015 年以来代理人进入高速增长阶段，2018 年-2019 年占城镇人口比例突破 1%，代理人数量达到瓶颈，增量发展模式收效降低，2020 年增量首次减少。随着人口红利逐步消失，人员快速扩张拉动保费规模增长的发展模式无以为继。2）代理人收入低于社平工资，行业留存率低。2017 年起，平安个人代理人的收入开始低于社会平均收入，并且差距逐步加大。代理人收入低于其他平行行业，收入过低造成目前代理人留存率降低，行业增员困难，收入问题对个险渠道发展的不利影响进一步凸显。3）银保渠道被各个市场主体再次重视起来。2023 年人身险公司银保业务全年累计实现规模保费收入 9607 亿元，较 2022 年同比增长 2%，规模保费收入持续保持在万亿规模附近，超过人身险公司保费收入总量的三分之一。

请务必阅读正文之后的免责声明部分

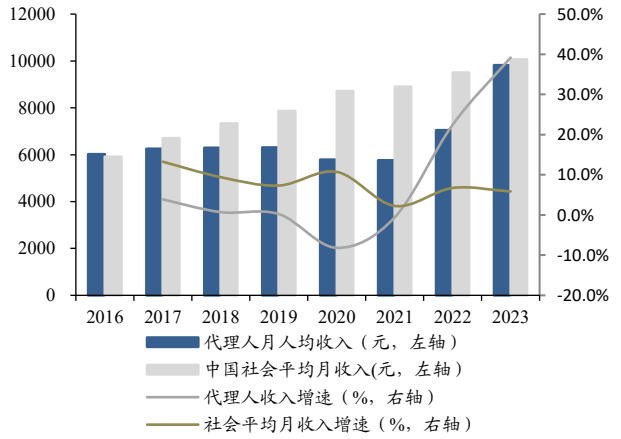
下载日志已记录，仅供内部参考

图12：保险行业代理人占总人口、城镇人口比例



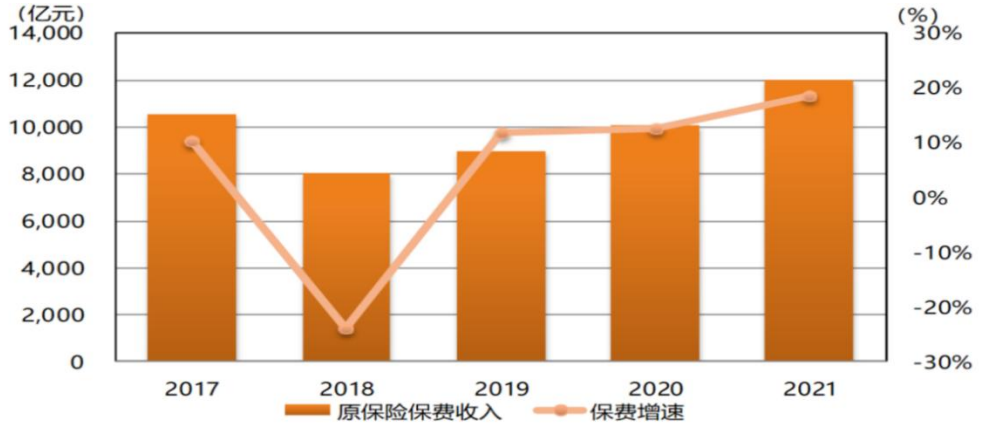
数据来源：国家统计局，历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

图13：中国平安代理人月人均收入与社会平均月收入



数据来源：社会保障局，中国平安历年财报，东吴证券研究所

图14：2017-2021 年银保原保险保费收入及增速



数据来源：《2021 年银行代理渠道业务发展报告》，中国保险行业协会公众号，东吴证券研究所

5.3. 银保渠道价值重新被认可，增额终身寿成为新的产品支柱

近 30 年不断探索发展后，银保渠道展现真正价值潜力。1）在传统人身险公司开始收缩银保业务的同时，以工银安盛、建信人寿等为代表的“银行系险企”反而在银保市场中表现活跃，业务规模增长势头看好，业务结构也逐渐完善。依靠母公司银行拥有的庞大资源作为坚强后盾和销售支持，“银行系险企”几乎从来不在趸交型产品上投放资源。因此在监管部门限制中短期银保产品之时，“银行系险企”占据着优势。2023 年 9 家银行系保险公司的业务普遍保持了较高增速，全部实现盈利。2）头部主体银保渠道结构调整成效显著，新单期交保费大幅提升，产品逐渐个险化。中国人寿银保渠道主打

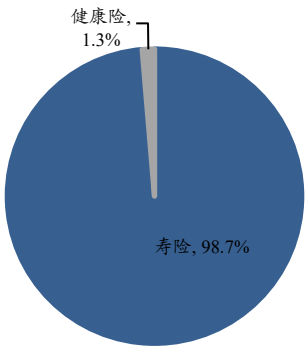
请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

“交 3 保 7”的类固收中期年金产品；泰康养老、阳光保险等公司针对银保客户陆续开展了“问诊卡医疗服务”、“高端体检”、“高端基因检测”等活动，期望通过这些增值服务来助力期交产品获取更好的销售业绩；阳光保险为招商银行开发了其专属的“阳光康尊无忧重疾保险”产品，通过开发销售银行专属保险产品，提高银行销售的积极性。3）银保业务销售的产品类型日益丰富。部分险企在银保渠道销售增额终身寿产品以及重疾险产品，交费期间最长可达 20 年。短期期缴和趸交产品，年金产品，终身寿险、重疾险、健康险等保障性产品，均已入列银保销售。从长期险的产品构成来看，寿险业务稳定增长，其中普通寿险保费收入占比持续提升。4）增额终身寿险引领银保渠道复苏。2014 年，增额终身寿险在银保渠道出现，2015 年增额终身寿出现升级产品，但仍不作为市场主流形态。2019 年增额终身寿蓄势待发。直至 2021 年，增额终身寿险产品在竞争中脱颖而出，占据银保市场绝对主流地位。增额终身寿险提供生命安全的保障、稳定保底的收益，具有财富安全、身价保障、退休安排、传承的四大作用，适逢资管新规、个人养老金制度等政策落地，随即受到市场追捧。2021 年增额终身寿险占据期交产品年度销量前十中的七席。

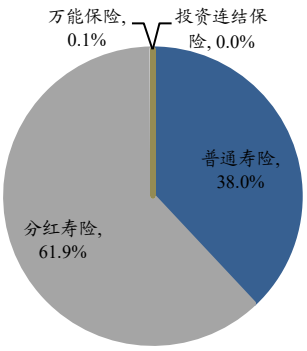
而需要关注的是，银保渠道增额终身寿产品的竞争越来越激烈，产品的平均附加费用率持续上升，因此增额终身寿产品的费用超支越来越严重，NBV Margin 也随之下降。自 2023 年 8 月以来，金融监管总局提出银保产品要满足“报行合一”的要求，对违规保险收费进行整治，导致代理保险业务的佣金费率下降，2023 年行业平均费率降幅超过 40%。

图15：2021 年银保渠道保费收入构成



数据来源：《2021 年银行代理渠道业务发展报告》，中国保险行业协会公众号，东吴证券研究所

图16：2021 年银保渠道保费收入构成



数据来源：《2021 年银行代理渠道业务发展报告》，中国保险行业协会公众号，东吴证券研究所

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

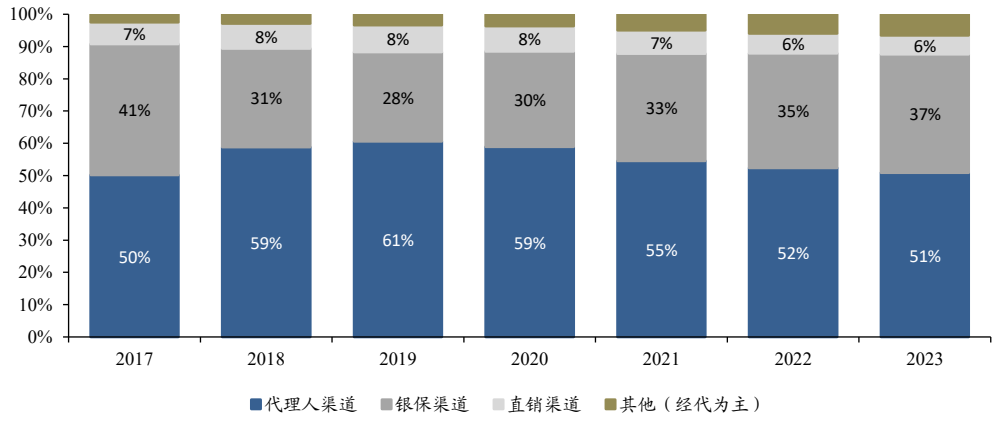
表6：2021 年期交产品年度销量前十产品列表

保险公司	产品名称	产品类型
中邮人寿	年年好邮保一生 A 款终身寿险	增额终身寿险
华夏人寿	南山松（鑫享版）终身寿险	增额终身寿险
大家人寿	久安 21 终身寿险	增额终身寿险
中国人寿	鑫禧宝年金保险（尊享版）	年金保险
阳光人寿	臻鑫倍致终身寿险	增额终身寿险
国华人寿	传家福终身寿险（尊享版）	增额终身寿险
百年人寿	挚爱人生终身寿险	增额终身寿险
华夏人寿	喜盈门（升级版）年金保险	年金保险
中国人寿	乐盈一生终身寿险	增额终身寿险
恒大人寿	岁岁红两全保险	两全寿险

数据来源：《2021 年银行代理渠道业务发展报告》，中国保险行业协会公众号，东吴证券研究所

2017-2023 年，我国人身险行业银保渠道保费占比走出 V 型行情，渠道发展历经监管转型阵痛与价值重塑，重新回归行业核心增长赛道。1）2017-2019 年是渠道的快速收缩阶段，银保渠道保费占比从 41%大幅滑落至 28%的阶段谷底，核心源于监管引导行业“回归保障本源”，中短存续期产品、万能险新规陆续落地，银保渠道此前依赖的趸交储蓄型产品供给大幅收缩；同期代理人渠道迎来发展黄金期，保费占比攀升至 61%的历史峰值，进一步挤压银保渠道份额，行业重回个险渠道一家独大的格局。2）2020-2023 年银保渠道进入持续回升通道，占比从 30%逐年稳步修复至 37%，连续四年实现提升。供需两端共振构成核心驱动：供给端，个险渠道遭遇代理人队伍大规模脱落、转型陷入阵痛，保费占比从高位持续回落，险企纷纷重启银保渠道作为保费增长抓手；需求端，利率下行周期叠加银行理财全面净值化转型，保本属性突出的增额终身寿、年金险等储蓄型保险产品配置价值凸显，推动银保渠道规模持续扩容。银保渠道在产品结构向期交、价值型转型的基础上，重回行业第二增长曲线，渠道战略地位持续巩固。

图17：2017-2023 年人身险保费渠道占比



数据来源：历年中国保险年鉴，东吴证券研究所

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

6. 阶段五（2024-至今）：“报行合一”全面实施下的“新银保”发展时期

6.1. 银保渠道费用管理的规范化迈入新纪元

2024 年起，中国保险行业正式进入“报行合一”政策实施阶段，标志着银保渠道费用管理的规范化迈入新纪元。1）“报行合一”要求保险公司必须确保上报监管部门的费用率与实际执行费用率完全一致，禁止通过隐性费用转移等方式进行渠道套利，其核心在于实现费用预算、精算假设与考核费用的统一性。这一政策的出台，旨在遏制银保渠道长期存在的费用虚高、费用结构不合理等问题，从而推动行业整体降本增效。在监管部门的统一协调下，银保渠道人身险产品的手续费有了行业基本统一的标准，三年交产品的手续费为 9%，五年交为 14%，十年交为 18%，趸交为 3%。2）2024 年，75 家人身险公司的银保渠道新单规模保费收入总计约为 7568 亿元，其中新单期缴保费为 3686 亿元，同比下降 12%；新单趸缴保费为 3882 亿元，同比降幅高达 28%。尽管短期数据表现不佳，但这种调整是政策落地初期的必然现象，反映出保险公司对费用结构的重新审视。3）头部寿险公司集中度进一步提升。大型险企凭借更强的产品创新能力、更完善的客户服务体系以及更高的合规管理水平，在政策调整中占据先机，而中小公司则因资源有限、过度依赖增额终身寿的销售导致刚性成本较高等问题，面临更大的生存挑战，行业“马太效应”愈发明显。从银保渠道新业务价值来看，因佣金率压缩及高价值产品占比提升，头部几家公司相较去年均出现显著增长。2024 年上市险企银保渠道的新业务价值均实现高速增长，中国平安、中国太保、新华保险、中国太平和人保寿险银保渠道 2024 年新业务价值同比增长 62.7%、135%、516%、219%和 134%。4）我们认为，强化“报行合一”要求有助于规范市场秩序，推动佣金水平回归合理范围，从而减少费差损，提升保险产品的核心竞争力。

在“报行合一”政策的实施过程中，监管层采取了多项措施以确保政策的有效落地。国家金融监管总局陆续发布了《关于规范银行代理渠道保险产品的通知》、《关于银保产品管理有关事宜的通知》、《关于进一步加强银行代理渠道费用管理有关事项的通知》等文件，逐步明确了费用结构、费用假设、佣金上限等方面的监管规则。此外，监管层还推动了银保业务的自律公约，要求保险公司不得通过其他渠道或方式变相增加手续费，杜绝所谓的“小账”操作。值得注意的是，政策实施后，银行一线销售人员普遍反映，由于小账减少，销售保险产品的实际收益下降，影响了他们的销售积极性。然而，监管层强调，推动佣金结构的合理化，有助于保险公司通过产品创新和服务优化建立核心竞争力，而非依赖短期费用补贴。从长期来看，这将有助于银保渠道的健康发展，减少行业内部的恶性竞争，提升整体效率和客户满意度。

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

表7：银保渠道“报行合一”政策梳理

时间	文件	主要内容
2023/8	《关于规范银行代理渠道保险产品的通知》	要求保险公司在银保产品备案时，应按监管规定在产品精算报告中明确说明费用假设、费用结构，并列示佣金上限：应据实列支向银行支付的佣金费用，佣金等实际费用应与备案材料保持一致，即“报行合一”。
2023/10	《关于银保产品管理有关事宜的通知》	部分公司备案的银保渠道产品的预定附加费用率，与后续单独报备的银保渠道总费用不一致。监管部门将按两者孰低的原则认定银保渠道总费用。如保险公司存在“报行不一”，将受到严肃处理。
2024/1	《关于规范人身保险公司银行代理渠道业务有关事项的通知》	要求保险公司科学审慎制定假设并列明附加费用率的期限和结构，明确附加费用率为可用的总费用水平，包含向银行支付的佣金率、银保专员的薪酬激励、培训及客户服务费、分摊的固定费用等四块内容，其中佣金率应列明上限。
2024/5	《关于商业银行代理保险业务有关事项的通知》	5月9日，金融监管总局发布《关于商业银行代理保险业务有关事项的通知》，其中提到，取消银行网点与保险公司合作的数量限制，商业银行代理互联网保险业务、电话销售保险业务和其他保险业务，各级分支行及网点均不限制合作保险公司数量：保险公司与商业银行开展合作，原则上应当由双方法人机构签订书面委托代理协议，确需由一级分支机构签订委托代理协议的，该一级分支机构应当事先获得其法人机构的书面授权；委托代理协议约定的佣金率不得超过保险公司法人机构产品备案的佣金水平。
2026/3	《关于进一步加强银行代理渠道费用管理有关事项的通知》	进一步细化银行代理渠道“报行合一”要求，规范市场秩序，持续推进行业降本增效。

数据来源：国家金融监督管理总局，东吴证券研究所

6.2. “报行合一”全面实施下，银保渠道经营模式发生深刻变化

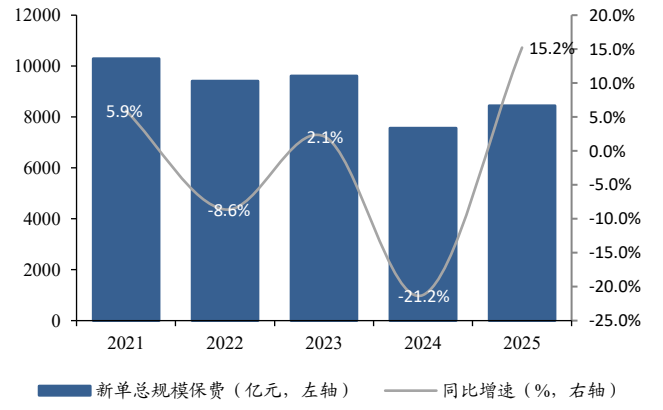
“报行合一”政策的推行，也带来了银保渠道经营模式的深刻变化。1）此前，银

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

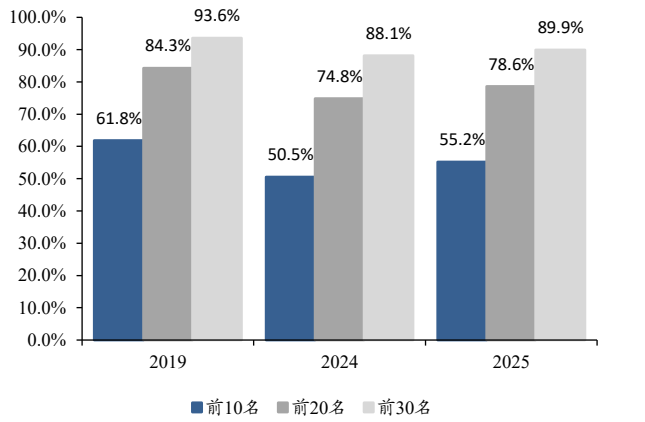
保渠道以简单的代销模式为主，保险公司与商业银行之间缺乏深度协同，银行主要负责前端销售，而保险公司在后端承担大部分服务责任。这种模式导致双方在客户资源共享、产品设计匹配等方面存在脱节，难以形成合力。2）2024 年，银保渠道新单期缴保费同比下降 12%，但降幅小于渠道整体，表明部分保险公司已开始调整策略，以适应政策环境，从过去的规模导向转为价值导向。例如，中国人寿、中国平安、中国太保等头部险企在 2024 年渠道整体萎靡的情况下仍实现了银保渠道新业务价值的显著增长，其中新华保险同比增长超 5 倍。3）与此同时，银行与保险公司之间的合作也呈现出多元化趋势。**2024 年 5 月，监管层取消了银行网点与保险公司合作数量的“1+3”限制，使得银行可以与更多保险公司展开合作，从而丰富产品供给，提升客户体验。**这一变化不仅促进了市场竞争的公平性，也为保险公司提供了更广泛的渠道覆盖机会，也有利于促进价值链提升。4）**在“报行合一”持续规范行业竞争的背景下，2025 年银保渠道增长势能持续释放，全年新单规模保费同比增长超 15%，新单保费占比攀升至超 60%，正式超越个险渠道，重回人身险行业第一大新单渠道，行业新单格局迎来深度重塑。**

图18：银保渠道新单总保费



数据来源：王晴《银保渠道的过去和未来》，东吴证券研究所

图19：银保渠道期交保费累计市场份额



数据来源：王晴《银保渠道的过去和未来》，东吴证券研究所

6.3. 利率下行催生“挪储”潮，银保渠道储蓄型产品持续承接存款

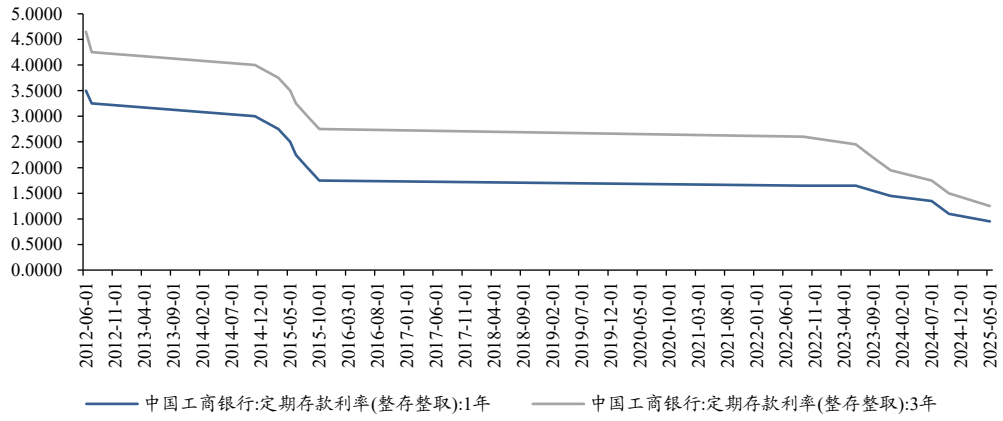
在当前金融市场利率持续下行的背景下，银保渠道作为银行与保险公司之间的纽带，正在发挥日益重要的作用，尤其是在承接居民存款方面展现出强劲的增长潜力。1）截至 2026 年 6 月末，人民币存款余额达到 347 万亿元，同比增长 8.3%，反映出居民储蓄意愿依然较强。2）然而，银行存款利率的持续下调使得传统储蓄工具的吸引力下降，截至 2025 年 6 月，工商银行三年期存款利率已降至 1.25%，一年期存款利率跌破 1%。这种趋势促使客户寻求更具收益性的替代资产配置方案，从而为银保渠道的发展提供了新的契机。与此同时，人身险普通型产品的预定利率上限为 2%，分红型产品为 1.75%，相较存款，储蓄类保险仍有收益率优势。3）银行方面，则通过代销保险产品获得手续费和佣金收入，同时借助保险产品丰富自身的财富管理产品线，满足客户多元化资产配置需求。4）银保渠道在快速发展的同时也面临着一定的挑战。一方面，银行客户对产

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

品的收益性和性价比高度敏感，这对保险公司的产品设计和服务能力提出了更高要求；另一方面，随着预定利率的进一步下调，保险产品的吸引力可能会受到削弱，进而影响银保渠道的持续增长动力。因此，保险公司需要不断优化产品结构，提升服务的专业性，以增强客户粘性。银行方面也应加强对银保渠道的管理和培训，确保销售人员能够提供客观、专业的投资建议，避免因过度营销引发客户信任危机。

图20：工商银行一、三年期定存利率（%）



数据来源：Wind，东吴证券研究所

7. 风险提示

1）**长端利率趋势性下行：**受经济环境承压影响，长端利率可能长期位于下行通道中，保险公司利差损风险增大。

2）**权益市场波动：**权益市场向下波动风险可能会导致保险公司投资收益受到负面影响。

3）**新单保费承压：**预定利率下调，分红险转型可能会影响保险公司新单保费收入。

请务必阅读正文之后的免责声明部分

下载日志已记录，仅供内部参考

东吴证券 SOOCHOW SECURITIES

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

东吴证券投资评级标准

投资评级基于分析师对报告发布日后 6 至 12 个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证 50 指数），具体如下：

公司投资评级：

买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在 15%以上；

增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于 5%与 15%之间；

中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于-5%与 5%之间；

减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在-15%以下。

行业投资评级：

增持： 预期未来 6 个月内，行业指数相对强于基准 5%以上；

中性： 预期未来 6 个月内，行业指数相对基准-5%与 5%；

减持： 预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于基准 5%以上。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议。投资者买入或者卖出证券的决定应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街 5 号
邮政编码：215021
传真：（0512）62938527
公司网址： http://www.dwzq.com.cn