

# 城乡互联网保险发展对比调查

**[摘要]**本文围绕城乡互联网保险发展的现状，互联网保险密度深度等多角度展开探讨，主要分析导致发生的城镇市场与农村市场的差异，投保人群体的差异，保险公司服务配套不足三方面原因。提出调整方案并探索互联网保险发展的意义。

**[关键词]**：互联网保险 城乡差异 应对措施 潜力 市场方向

## 一、调查背景

中国保监会印发关于《互联网保险业务监管暂行办法》通知中规定，互联网保险是指保险公司或新型第三方保险网以互联网和电子商务技术为工具来支持保险销售的经营管理活动的经济行为。通俗来说就是保险公司以互联网作为媒介，实现投保，承保，赔付等保险业务办理过程的全网络化，不受时间地域等条件限制。

2013年11月6日，由平安保险董事长马明哲，腾讯CEO马化腾和阿里集团董事局主席马云共同出资设立的全国首家网络险企——众安在线财产保险股份有限公司成立，这一轰动的新闻使高速发展中的互联网保险引起人们的关注和热议。作为保险业的新兴发展平台，互联网保险给城乡保险业发展带来了无限机遇与挑战，如何才能在互联网+的大潮中占据一席之地呢？

本次调查主要围绕城乡互联网保险的发展现状与发展差异进行，再由造成差异的各项原因总结出农村地区互联网保险未来发展的方向和对策。

## 二、城乡互联网保险发展背景数据分析

### （一）互联网保险发展现状

根据中国保险行业协会发布的数据显示，我国经营互联网保险业务的公司数量从28家上升至60家，年均增长率46%，规模保费从32亿元增长到291亿元，三年间增幅总体达到810%，年均增长率达202%，投保客户人数从816万人增长至5437万人，增幅达566%，年均增长率达158%。而互联网大时代的影响下，2015年互联网保险保费收入2223亿元，比2011年增长近69倍，互联网保费在总保费收入中的占比从2011年的0.2%上升到2015年的9.2%。可见互联网保险的发展现状势头良好，相比起以前的投保客户与保费份额，是有了一个较高的飞跃。其中2011年作为互联网高速发展期开始的起点，国家支持下保监会出台的《十二五规划纲要》高度肯定保险业的地位以及移动互联网的高速发展，促成了这次的互联网保险进步。

### （二）城乡互联网保险的横向与纵向发展对比

中国互联网发展状况调查中显示，我国网民规模达6.49亿，其中手机网民规模达5.57亿，该数量与规模处于一直提高状态。由于沿海等一线发达城市的互联网普及率远远高于全国平均水平，我国网民中农村网民占比27.5%，城镇居民占比62.8%，城镇地区与农村地区的互联网普及率呈持续增长趋势，但在未来的环比增长速度即可看出差异会愈来愈悬殊。

表 1 2011-2015 互联网保费发展趋势<sup>1</sup>

(单位：亿元)

时间	2011	2012	2013	2014	2015
互联网保费收入	32	89	291	858.9	2223
总保费收入	14339	15488	17222	20234	24164
占比	0.2%	0.5%	1.7%	4.2%	9.2%

表 2 中国手机网民规模及其占网民比例



横向来说，互联网保险的保费收入逐年递增，且增长速度加快。由于科技的高速上发展，直至 2012 年末，智能手机成功超越台式电脑成为第一大是哪个网终端，移动互联网带来着新的商业机会与力量。纵向来说，互联网保费收入占总保费收入的比重也是逐年递增，足以看出互联网保险这一新兴的技术平台在未来的保险业发展中发挥着不可磨灭的作用。再者，

<sup>1</sup> [1]中国报告大厅 《2016-2021 年互联网保险行业市场竞争力调查及投资前景预测报告》

互联网保险中使用群体分布差异直接决定了保险公司对该地区的定位与大数据分析。<sup>2</sup>

### （三）互联网保险发展优势

面对这块来自城镇互联网保险的大蛋糕，保险公司的选择以不同的经营模式来占领市场份额，有的通过在公司官方网站直接提供产品报价，还有的选择与网络技术公司合作等方式。互联网作为一个相当有前景的占领城镇保险市场份额的途径，以其操作简单，条款简易，保费低廉等优势极易得到消费者的信任与支持。所以互联网保险在发展中优势明显具有消费者接受与认可的市场。

## 三、互联网保险发展中城乡差异的各项指标比对

互联网保险在发展过程中受到多种因素的影响，其中，互联网保险渗透率，互联网保险密度，互联网保险深度，购买频率，购买主要险种，购买渠道偏好，支付方式，用户体验等因素都决定着互联网保险的发展趋势与未来。

### （一）城乡互联网保险渗透率差距较大。

我国互联网保险发展历经了在经历了长达 10 年的艰险发展过程后，2014 年是我国互联网保险正式进入以移动互联网为代表的爆发期和重要转折点。<sup>3</sup>互联网保险渗透率指的是互联网保费规模占总保费规模的比例，由表 1 可看出互联网保费规模不仅逐年递增，所占总保费规模也是逐年扩大，互联网保险已经进入全面发展期，其渗透程度早已呈递增式发展，保险行业作为国民经济的助推器和稳定器作用将日益明显。

农村网民对互联网上信息的信任程度低，对互联网依赖程度低。截至 2014 年 12 月，52.3% 的农村网民对互联网表示信任，低于城镇网民 3.1 个百分点。网络信任是社会信任的重要组成部分，对互联网的高信任度是电子商务、互联网金融等深度网络应用使用的基础。农村用户对互联网上的信息信任度低，将直接影响网络应用在农村地区的发展。截至 2016 年 6 月农村互联网普及率为 31.7%，相对稳定。但是，城镇地区互联网普及率超过农村地区 35.6 个百分点，城乡差距仍然较大。“不会上网”和“不愿上网”仍是农村人口上网的主要障碍，68.0% 的农村非网民因为“不懂电脑/网络”不上网，认为“不需要/不感兴趣”的农村非网民比例为 10.9%。<sup>4</sup>

故在农村居民的个人意愿上可以明显看出农村居民对互联网这一新事物的接受程度仍然不高，投资热情欠缺。而城乡居民对互联网的接触时间较长，移动互联网的高普及率和互联网保险带来的方便快捷，对这一保险业发展的新途径表示出了信任和支持。所以农村互联网保险的渗透度远低于城镇互联网保险的渗透度。

### （二）城乡互联网保险的发展水平相差较大。

互联网保险密度定义是指按人口计算的人均保险费，反应国民参加保险的程度。互联网保险深度定义是指保费收入占 GDP 之比，反映了保险业在整个国民经济中的地位。

《中国家庭金融调查报告》中的车险角度来看，农村家庭平均为购买汽车保险的花费为 2384 元，非农家庭（城镇家庭）平均花费约 4802 元，后者为前者的 2.01 倍。截至 2014 年 12 月，47.9% 的农村网民表示比较依赖或非常依赖互联网，比城镇网民低 7.2 个百分点。随着互联网在农村人口中渗透的加大，互联网对农村网民日常生产、生活中的作用也在逐步变

---

<sup>2</sup>王京京《互联网环境下中国保险行业发展的思考》[D]2015

<sup>3</sup>卢文华《如何破解移动互联网保险发展之困》[N]南方金融 2015

<sup>4</sup>《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》[Z]中国互联网网络信息中心 2016

大。但是，农村网民对互联网的使用还局限于娱乐，通讯等基础应用方面，缺乏深层次应用如上网获取咨询与新闻等，因此对互联网依赖程度较低。未来，农村网民互联网使用方面不仅要向广度发展，更要向深度渗透。<sup>5</sup>

农村居民的互联网保险密度相对较小，地区互联网保险保费由于购买途径单一，需求人群较少等硬件与软件配备不足，而明显低于城镇地区。城镇地区的居民参加保险程度远高于农村居民参与保险的程度，购买互联网保险的人群年龄大多是年轻人，农村地区的较多年轻人都进城务工而留下许多中老年人群，故参保人数也是大大低于城镇地区。

同时，农村地区的互联网保险保费收入远低于城镇居民的互联网保险保费收入，占总体GDP之比较小，互联网保险较少在农村地区作为受农村居民所认可的投资渠道，主流的理财渠道还是储蓄，所以互联网保险的发展媒介的空白限制了其在农村地区的发展。

（三）城乡居民之间的客户体验差别较大。

互联网快速改变消费者的生活，也在推动保险产品创新，引导和创造客户需求，提升公众特别是年轻消费群体保险意识方面蕴藏巨大潜力。保险公司基于大数据，云计算，能够对消费者行为数据，消费习惯，支付偏好进行深度挖掘和分析，有利于进行该公司的业务上精确营销和精确定价。<sup>6</sup>

互联网保险发展中主要涉及寿险，财险，信用保证保险和创新型保险，但主要以短期性的互联网保险为主。农村地区居民由于通讯设备等限制条件，对于互联网保险这一新事物的支持程度并不高。而城镇地区的保险公司网点设置较多，接触到互联网保险的途径更为广泛，所以得到的保险售后服务的数量与质量都是远远高于农村地区的保险公司网点所提供的服务水平。

四、互联网保险在农村市场发展受阻的主要原因

（一）城乡居民收入水平差异愈发明显

现阶段中国特色社会主义市场经济的快速发展、人民收入水平持续提高。十二五计划开始实施后，国家对第三产业的大力扶持和发展，使得城镇居民工资水平明显提高，生活水平更加优渥。但农村居民多数以第一产业为主导，收入对系统风险极为敏感，如恶劣天气和疾病，农产品价格循化变化和季节性波动，正常收入无法保障，这使得城乡之间的工资差距越拉越大。

由表3看改革开放以来，随着我国的经济高速增长，城乡居民人均纯收入不断的提高，虽然都保持着高速增长，但速度和质量却相差较大，而且该差距有越演越烈的趋势。

表3 中国历年来城乡居民收入数据分析

年份	城镇居民人均 可支配收入	农村居民人均 纯收入	环比增长速度 (%)		年平均增长速度 (%)	
			城镇	农村	城镇	农村

<sup>5</sup>《2014 年农村互联网发展状况研究报告》[Z]2015

<sup>6</sup>《我国互联网保险发展中存在的问题及对策研究》[J]2015

1978	343	133.6			113.38%	112.76%
1979	387	160.2				
1980	477	191.3				
1981	491	223.4				
1982	526	270.1	50.78%	-34.76%		
1983	564	309.8				
1984	651	355.3				
1985	739	397.6				
1986	899	423.8				
1987	1002	462.6	70.62%	99.17%		
1988	1181	544.9				
1989	1373	601.5				
1990	1510	686.3				
1991	1700	708.6				
1992	2026	784	101.92%	70.61%		
1993	2577	921.6				
1994	3496	1221				
1995	4283	1577.7				
1996	4838	1926.1				
1997	5160	2090.1	161.26%	132.66%		
1998	5425	2162				
1999	5854	2210.3				

2000	6280	2253.4				
2001	6860	2366.4				
2002	7702	2475.6	57.80%	48.23%		
2003	8472	2622.2				
2004	9421	2936.4				
2005	10493	3254.9				
2006	11759	3587				
2007	13786	4140.4	67.90%	44.24%		
2008	15781	4760.6				
2009	17175	5153.2				
2010	19109	5919				
2011	21810	6977.3				
2012	24565	7916.6	82.52%	85.76%		
2013	26955	8896				
2014	28844	9892				
2015	31195	10772				

资料来源：中国国家统计局统计数据（其中环比增长速度为作者统计数据进行分析所得）

得）

1、以中国历年来城镇居民收入现状分析，以 1977 年作为基期，取时间间隔 5 年来计算城镇居民收入的环比增长速度来说明情况，1988-1997 年为城镇居民人均收入的快速增长期，1997-2008 年这一期间中国城镇居民收入逐年下降，降到 67.9%。2008 年以后，收入环比增加速度又逐年提升，城镇居民收入增长又在逐渐加快。再这经济快速发展时期，中国历年来城镇居民人均收入的年平均增速为 13.8%，人均收入翻了 90 倍。

2、以中国历年来农村居民收入现状分析，以 1977 年作为基期，取时间间隔 5 年来计算农村居民收入的环比增长速度来说明情况，1988-1997 年为农村居民人均收入的快速增长

期，1997-2008 年这一期间中国农村居民收入逐年下降，降到 44.24%。2008 年以后，收入环比增加速度又逐年提升，农村居民收入增长又在逐渐加快。再这经济快速发展时期，中国历年来农村居民人均收入的年平均增速为 12.7%，人均收入翻了 80 倍。从这两项数据对比我们可以看出城镇居民的收入远远高于农村居民，经济实力的差异决定着投资理财的途径。

### 3、收入持续增长背后潜在的问题<sup>7</sup>

城镇居民与农村居民的收入有着高速的增长，城镇居民的年平均增长速度为 13.8%，人均纯收入翻了 90 倍；而农村居民的年平均增长速度是 12.7% 人均收入翻了 80 倍。这可以看出城乡之间发展不协调性特征，其居民收入差距逐渐扩大，由原来的城镇居民为 343 元，农村居民 188.5 元，差距在 2 倍之间。现在是城镇居民为 31195 元，农村居民为 10772 元，差距拉大到 3 倍。这样的差距拉大，突出社会收入分配的严重不公平。

#### （二）保险公司对农村市场的投入不足

1、保险公司开展农村商业保险业务的交易成本极高，主要表现在保险宣传费用支出巨大和农村居民居住范围分散，网点设置技术和选择难度大，展业成本高。<sup>8</sup>

交易成本是指人们为进行交易活动所必须支出的各种费用，包括在交易中直接发生的如谈判签约等费用，交易发生的产权界定与实施费用，经济组织形成与运转费用，经济制度建立与运行费用。只有交易成本小于社会分工收益，市场交易才可以获得利润。而农村市场里农村居民对于保险业务的认识与了解较少，超过 50% 农村居民受到上世纪的一批鱼龙混杂的保险业务员的影响，对保险产生了极大的否定与排斥。保险公司不得不花费更得的人力物力去进行宣传与普及，而保险业务的宣传与拓展缺乏广度与深度，极大的增加了公司负担并且难以见到成效。

我国农村地区广袤，幅员辽阔地形复杂，交通不便。城镇地区人员分布密度大，网点安排数量较多，服务范围更集中。而保险公司在农村地区网点设置时不能像城镇地区那样安排完善的配套服务和充足的工作人员，这样使得理赔核保等保险业务变得困难重重，也给农村客户带来不好的印象。

#### 2、保险公司是以规模为基础的盈利模式为主。

规模模式实质是将经营目标定位为“销售额”及保险费收入，并试图通过销售量的快速扩张实现平均成本的下降以达到规模经济状态的盈利模式。<sup>9</sup>

随着保险公司数量的急剧增加，保险市场竞争激烈，保险公司为了高效的获得利润与成效，大多会选择城镇居民数量多，所占总保费的份额大的城镇居民市场而不是投入高成本，高投入，低回报且难以在短时间内取得成效的农村市场。

#### （三）农村居民理财意识缺乏限制了对保险的投入和信任。

1、文化水平差异决定了理财需求，理财意愿和理财的观念。农村居民文化程度有限，极少具有理财知识，缺乏理财意识。

自经济高速发展以来，城乡差距不断拉大，城镇居民普遍的受教育水平较高，具备一定的理财意识和能力。城镇地区的保险密度和广度随之不断加大，保险业在城镇地区的辐射能力也越来越强。在 1992 年友邦保险首次在上海设立分公司开展业务进行个人寿险营销制

---

<sup>7</sup> 《从中国历年来城乡居民收入和消费水平看社会的和谐发展程度》[D]2012

<sup>8</sup> 郝伟，朱宇婷《论开拓农村商业保险市场》[J]商业研究，，2004

<sup>9</sup> 朱向军《我国保险公司盈利模式的发展演化与未来选择》[J]保险研究 2010

度时，60%-70%的城镇消费者接受能力较强，能通过保险公司进行科学的理财投资。而多数农村消费者比较缺乏理财的意识与理财基本金，不了解投资理财知识，对理财的目的不明确，大多数农村家庭的恩格斯指数较高。加上对保险业的认知程度较低，使得保险公司的基础业务难以进行。

## 2、农村居民的风险承受能力低于城市居民。<sup>10</sup>

我国农村居民收入较低，经济实力有限的情况下，他们大多持着保守的风险意识，适应金融市场变化的能力弱。农村居民所偏好的收益相对稳定，风险相对较少的理财途径如银行储蓄等的理财市场份额较大。而城镇居民的有着多元的投资理财意识与途径，相对宽裕的经济实力支持他们做出风险偏好型的理财投资，而不是一味固守保守型理财投资模式。

3、适合农村市场的理财产品少，理财产品的研发层次低，金融理财高素质人才的缺乏软硬件落后，储蓄作为理财途径的主流使得资本资金流通速度减慢，制约了个人理财业务在农村发展。

据理财情况调研结果显示，农村居民理财方式多数以传统的储蓄为主，银行储蓄占 51.2%，现金储蓄占 36.4%，保险占 6.2%，国债，企业债，基金，股票等形式总和占 6.2%。城镇居民则是以储蓄，国债，基金，股票，房地产等投资模式。较少的理财途径是限制了农村居民个人理财业务。

目前商业银行推出的理财产品为了使闲置资金增值，存在周期较长，期限固定等特征，而农民的收入带有较强的季节性与周期性，投资理财需求无法得到满足。大型的金融理财机构如证券公司，投资公司等多分布在城镇地区或市中心范围追求利益最大化，面向城镇居民，且服务门槛过高，在农村地区的农村金融理财基础社会落后，限制农村居民个人理财业务的发展途径。

## （四）农村地区网络覆盖率与普及率较低，保险公司无法发挥互联网便捷的作用。

我国农村地区土地广袤，随着农村经济化的发展，数字化应用的需求不断增加。但是农村地区用户分散，部署网络使布线麻烦且昂贵，购置价值数千元的电脑并办理上网设备（安装 ADSL 线路或直接通过电话拨号上网），都是一笔不小的开支。即使是在营业性网吧中上网，他们也难以接受每小时 2-5 元的上网费。配套的服务网点数量少，上网速度与质量没有一定的保障，所以有条件用手机连接 WiFi 上网的消费者数量较少。人们不可能很容易地自动进入信息社会，互联网新媒介在这些地方的进入必须借助外部的推动力量。<sup>11</sup>

由于大部分农村居民的手机使用是以通讯联络为主，极少数人将其作为娱乐和获取资讯的途径。在互联网保险的营销和宣传中，保险公司多是以手机 application 作为消息传播方式，但在农村地区则需要依靠短信营销或者上门的落地服务，才能进行宣传工作。在城镇地区，由于通信网点和手机上网的配套设施较为完善，城镇居民可以随时随地轻松快捷的获取信息和进行相应的保险业务活动，互联网保险才有了高速发展的空间。

例如在贵州省的毕节市下属大方县村，当地村民生活贫困，无水无电无网络，入夜就必须睡觉，当地食物只有玉米面，土豆和酸汤。要保证饮水要求，就得往返 80 分钟去挑水。这样困苦的环境中，村民的基本生存需求都无法得到保障，基础设施的不完善，更不可能对自己的资金进行理财投资。一旦患上严重疾病便只能听天由命。保险公司传统的营销手段和

---

<sup>10</sup>董博《农村居民个人理财研究——以福州地区为例》[J]2013

<sup>11</sup> 段京肃，王锡苓，李惠民《落后地区农村互联网发展的市场之路？——以宁夏灵武市

“首家农民网吧”的遭遇为个案》[J]新闻大学 2008



服务网点无法有效及时的进行帮助，所以这也是给保险公司线下实地服务设了一个大难题。

## 五、总结与建议

### （一）发展互联网保险的意义

党的十六届五中全会中提出从各个方面建设社会主义新农村，农村居民所需要的保险种类有限，且经济负担能力有限，比如成本低廉受众较广的互助保险等。城镇居民则是以传统的寿险为主要办理的业务，个人理财时也会优先考虑寿险的投入。既要“城乡一体化”，又要“城乡差异化”。因为两种区域的建立背景，人民生活水平，物质基础等各方面的不同，互联网保险在城镇的成功经验不能直接照搬到农村地区，而是应该取其精华去其糟粕，借鉴上海广州等地区的成功经验和模式，开创一条属于社会主义新农村的道路。

相比传统保险，互联网保险的价格低廉，信息透明和产品创新等优势格外引人注目。由于传统保险中购买寿险所需支付的保费金额较大，除了趸交即使是分期缴费，对于消费者来说也是一笔不小的数目。而农村消费者可以根据自身经济水平选择短期产品，无需一次性缴纳全部保费，也可以享受互联网保险带来的便利与保障。

### （二）针对城乡互联网发展中的优势与劣势，提出几项对策

#### 1、加强宽带基础设施建设，深化农村网络应用。

对于农村地区的发展来说，农村地区的通讯设备较为落后，设置的信号发射塔有限，使wifi的安装变得耗时耗力。而加强宽带基础设施建设有利于信息的交流与传播，农村居民也可以在家中遍观天下事，对互联网保险的信任与支持程度也会有一定提高。

2、保险公司应针对客户的个人数据资料建立合理的数据库，并进行核合适的保险营销与服务。

对于保险公司来说，在互联网+的大潮流下，要想占领市场份额，就必须着重客户体验与售后反馈。保险产品市场也由卖方市场变成买方市场，市场竞争激烈，需要保险公司提高客户服务水平与质量，才能真正获得消费者的认可。网点的设置虽然受地理因素与硬件设施的影响，保险公司能否保证高质量的服务才是吸引并留住顾客的最佳途径。

#### 3、加大宣传力度，让消费者放心投保。

对保险公司来说，在互联网保险宣传上应加大投入，利用互联网方便快捷的优势使得消费者能有更多投资选择的渠道，以往许多传统保险业务所需要的展业工作而耗费的人力物力也可以随着互联网保险的发展而省去，这是个双赢的占领市场途径。

### （三）互联网保险在农村地区发展的意义

1、是保险公司在农村的服务网点较少，消费者要求现场取证和索赔时保险公司的工作人员不能及时的到达现场进行求证，互联网保险便能以其独特的网络功能进行实时沟通和处理保险事故，做到消费者的满意的服务。这样顾客至上的做法可以有效把握投保人的需求，不断地提高服务质量。

2、农村消费者多是没有经过理财培训和接受理财知识，缺乏相关的经济知识去进行投保。而互联网保险的产品内容简单明了，易于农村消费者自我投保和咨询。互联网保险本身的定位便在于让顾客最清晰简明的理解保险条款，实现线上保险服务全覆盖。

3、三农政策出台后，以其实际情况出发而制定的贴合政策，实施效果斐然，希望互联网保险能借鉴三农政策的发展道路，走出一条属于自己的路。

4、互联网在农村的发展能够缩小数字鸿沟，实现城乡居民信息传播、观念变革的同步更新。1974年，卡茨曼提出，新传播技术的采用会增大整个社会每个成员的信息接触量，但是，既有的信息富裕阶层通过早使用新技术，能够比其他人更拥有信息优势，因此，新传播技术层出不穷，人群中的信息鸿沟则有加大的趋势。我国目前的数字鸿沟，不仅出现在城市与农村之间，也存在于中东部农村和西部农村。在农村地区进行互联网的建设，无疑是

缩小数字鸿沟的重要手段。<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>芦世玲《农村互联网使用现状及发展对策》[J]青年记者 2009

## **[文献参考]**

- [1]中国报告大厅 《 2016-2021 年互联网保险行业市场竞争力调查及投资前景预测报告》
- [2] 王京京 《互联网环境下中国保险行业发展的思考》[D]2015
- [3] 卢文华 《如何破解移动互联网保险发展之困》[N]南方金融 2015
- [4]《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》[Z]中国互联网络信息中心 2016
- [5]《2014 年农村互联网发展状况研究报告》[Z]2015
- [6]《我国互联网保险发展中存在的问题及对策研究》[J]2015
- [7]《从中国历年来城乡居民收入和消费水平看社会的和谐发展程度》[D]2012
- [8]郝伟，朱宇婷《论开拓农村商业保险市场》[J]商业研究，，2004
- [9] 朱向军《我国保险公司盈利模式的发展演化与未来选择》[J]保险研究 2010
- [10]董博《农村居民个人理财研究——以福州地区为例》[J]2013
- [11] 段京肃，王锡苓，李惠民《落后地区农村互联网发展的市场之路?——以宁夏灵武市“首家农民网吧”的遭遇为个案》[J]新闻大学 2008
- [12]芦世玲《农村互联网使用现状及发展对策》[J]青年记者 2009

## **【作者介绍】**

作者姓名：钟艳青 本科生

就读学校：广东金融学院

联系手机：13602450172

邮箱: 953343418@qq.com

联系地址：广东省广州市天河区龙洞广东金融学院 保险系

邮编：512000

**【指导教师】**

方有恒 副教授

工作单位：广东金融学院

地址：广州市天河区迎福路 527 号

电话：020-37216205

手机：13622812056

电子邮箱：13622812056@163.com