

附件 3:

国家开放大学学士学位论文排版装订样式

国家开放大学

学士学位论文

题目：浅析我国商业银行保险业务存在的问题及发展对策

—以 L 银行陕西分行为例

分部：陕西

学习中心：陕西广播电视大学新城分校

专业：金融学

入学时间：2016 年

学号：1661001201279

姓名：谢阿妮

指导教师：冷晶

论文完成日期： 2019 年 10 月

学位论文原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师指导下，进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本学位论文的研究成果不包含任何他人创作的、已公开发表或者没有公开发表的作品的内容。对本论文所涉及的研究工作做出贡献的其他个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本学位论文原创性声明的法律责任由本人承担。

作者签名： 日期： 2019 年 10 月 24 日

学位论文版权使用授权声明

本人完全了解国家开放大学关于收集、保存、使用学位论文的规定，同意如下各项内容：按照学校要求提交学位论文的印刷本和电子版本；学校有权保存学位论文的印刷本和电子版，并采用影印、缩印、扫描、数字化或其它手段保存论文；学校有权提供目录检索以及提供本学位论文全文或者部分的阅览服务，以及出版学位论文；学校有权按有关规定向国家有关部门或者机构送交论文的复印件和电子版；在不以赢利为目的的前提下，学校可以适当复制论文的部分或全部内容用于学术活动。

作者签名： 日期： 2019 年 10 月 24 日

目 录

摘要.....	1
一、 绪论.....	2
(一) 研究背景.....	2
(二) 研究意义.....	2
二、 银行保险业务的概述.....	3
(一) 银行保险的概念.....	3
(二) 银行保险业务的优势与不足.....	3
1.银行保险业务的优势.....	3
2.银行保险业务的不足.....	3
(三) 银行保险的发展模式.....	4
1.协议代销模式.....	4
2.战略联盟模式.....	4
3.合资公司模式.....	4
4.金融控股公司模式.....	4
三、 我国商业银行保险业务的发展现状及存在的问题—以 L 银行陕西分行为例.....	6
(一) L 银行陕西分行保险业务发展现状.....	6
1.L 银行的基本概述.....	6
2.L 银行陕西分行保险业务收入增速放缓.....	6
3.L 银行陕西分行银保业务合作模式.....	6
4.L 银行陕西分行重点合作产品.....	7
(二) L 银行陕西分行银行保险业务发展存在的问题.....	8
1.银保合作不深入.....	8
2.产品缺乏创新，同质化严重.....	9
3.线上服务功能不完善.....	9
4.银保从业人员能力不足.....	10
5.银行与保险公司信息交互性差.....	10
四、 我国商业银行保险业务可持续发展的对策分析.....	11

1.银保业务逐步向金融控股模式过渡.....	11
2.运用大数据技术提供差异化产品及服务.....	11
3.加大银保产品宣传力度，优化客户线上体验.....	12
4.加强培训，提高银保产品营销人员的综合能力.....	12
5.强化科技赋能，提升服务能力.....	12
五、结论与展望.....	13
参考文献.....	14
致 谢.....	15

摘 要

随着全球经济的快速发展，银行保险已逐渐成为银行业与保险业向金融一体化发展的重要手段。在中国，大部分银行保险合作仍处于代理销售的初级阶段，虽然经过十多年的发展银保业务取得了不错的成绩，但也出现了很多问题，影响了我国银行保险业的进一步发展。

银行保险是 L 银行陕西分行重要的一项中间业务，近年来逐渐成为其发展的重点。本文介绍了我国商业银行保险业务的基本概况，通过分析 L 银行陕西分行保险业务的发展现状，指出 L 银行陕西分行银保业务在发展中存在的问题，如：银保合作不深入、银保产品缺乏创新、产品同质化严重、线上服务功能不完善、银保从业人员能力不足、银行与保险公司信息交互性差，最后针对这些问题并结合实际情况，对我国商业银行保险业务的可持续发展提出了一些对策和合理化建议。

关键词： 商业银行； 保险业务； 发展对策；

一、绪论

（一）研究背景

我国自上世纪末就开始了银行业与保险业的融合，近十年来我国银保业务飞速发展并获得了不错的成绩。银保业务一方面给银行带来了巨额的中间业务利润，拓宽了银行获利的渠道；另一方面给保险公司带来了稳定的客户群体，拓展了市场份额。同时，银行和保险公司的合作也提升了客户体验，客户不仅可以在银行买到传统的理财产品，还可以办理保险业务。由于银保业务在发展中存在的一些问题，使我国银保业务发展进入了“瓶颈”期。

（二）研究意义

本研究对我国银行保险业的发展具有重要的理论意义。目前，我国保险业在快速发展后已经到了瓶颈期。而本文用 L 银行陕西分行举例，在分析银保业务发展过程中存在问题的基础上，深度剖析其背后的原因，对于我国银行业保险业突破重重障碍，走上持续、健康、快速发展的道路，具有一定的意义。

二、银行保险业务的概述

（一）银行保险的概念

银行保险(Bancassurance)是指由银行、邮政、基金组织及其他金融机构与保险公司合作，借助银行的销售渠道向客户提供保险产品和服务的创新型保险。对于银行而言该业务属于中间业务，是银行凭借自身的资源和良好的品牌效应优势，替保险公司办理相关保险业务，为客户提供综合性金融服务，并从中获取手续费的一种特殊业务。

（二）银行保险业务的优势与不足

1.银行保险业务的优势

（1）网点多、分布广。截止 2021 年末，我国仅六大国有银行就有 75401 个营业网点，遍布全国各个地级市及县级市。密集的营业网点对银行发展保险业务来说是一个非常好的天然优势。

（2）品牌效应优势。我国的商业银行都具有良好的品牌口碑，客户对银行的信任度和忠诚度是非常高的，品牌效应为银保业务的发展奠定了一个良好的客户基础。

（3）资源优势。我国商业银行现有的客户群体是非常庞大的，拥有丰富的人脉、资源。截止 2021 年末，我国仅工商银行个人客户就高达 7.04 亿户，个人手机银行客户 4.69 亿户，丰富的人脉、资源为银保产品的销售提供了良好的条件。另一方面，银保业务的开展具备将有保险意识的优质储蓄客户转化为保险客户的便利条件。

2.银行保险业务的不足

（1）未细分客户群体。商业银行的主要业务是吸收存款、发放贷款、转账结算。销售保险产品只是银行的一个中间业务，是银行为了赚取手续费佣金而去代销保险产品。所以银保产品的险种一般设计的比较简单，主要是一些保险理财产品，比如年金险、两全险、分红险、万能险等，产品种类比较单一，加之银行并没有对客户群体进行细分，深入了解客户的真实需求，而是向所有客户推荐同样的银保产品，不利于银保业务的长远发展。

(2) 营销人员保险专业知识不足。新保险条例规定保险公司人员不能进驻银行去销售保险产品，只能由银行安排员工营销。由于银行营销人员并不是专业的保险人员，且保险条款专业词汇较多，即便是经过培训，对于一些比较复杂的保险产品，如果保险专业知识不足，就容易出现误导营销，同时也会影响银行的品牌形象。

(三) 银行保险的发展模式

银行保险的合作模式分为协议代销模式、战略联盟模式、合资共建模式、金融控股模式。银行和保险公司早期合作多数采用的是协议代销模式，因此合作关系并不密切，后来随着市场的不断变化，合作也在逐渐加深，不断向一体化方向发展。

1. 协议代销模式

保险公司与商业银行签订代销协议，商业银行通过自身拥有的庞大营业网点向客户销售由一家或多家保险公司开发的产品，然后收取手续费的合作模式。保险公司依靠银行的客户资源优势，可以实现业务的进一步拓展，商业银行也能够通过代销保险产品，增加中间业务收入。

2. 战略联盟模式

战略联盟就是保险公司和银行之间为了共同战略目标而签订的一项长期合作协议，是一个通过各种协议而结成的优势互补、风险共担的组织。该模式合作方式更灵活，双方承担的风险较低，可以共享或部分共享客户信息资源，开展更深入的合作。比起协议代销模式，战略联盟模式合作紧密度更高。

3. 合资公司模式

合资公司模式是指保险公司和商业银行共同投入资本成立一个双方分别拥有部分股权的保险公司，一起开拓新市场，开发新产品，建立一种新的销售渠道，实现利益共享、风险共担的合作模式。跟协议代销模式和战略联盟模式相比，合资公司模式相对比较稳定，因为双方有着共同的利益和管理职责，保险公司根据市场需求研发新产品，银行凭借庞大的市场资源优势开展产品销售工作，双方充分发挥自身特点，从而达成共赢。

4. 金融控股公司模式

金融控股模式是银行和保险公司通过交叉持股、兼并收购等新建方式成立金

融集团，实现比其他三种模式更为一体化的银行保险运作模式。金融控股模式是银行保险发展的最高级阶段，也是融合程度最高的模式。在这种模式下，经营银行和保险所需要的客户资源、人力、技术资源可以完全共享和整合，银行和保险公司实现了经营、发展战略的高度统一，利益实现共享的同时也做到了风险共担，金融控股公司模式可以为客户提供更全面、更多元化的金融服务。

三、我国商业银行保险业务的发展现状及存在的问题

一以 L 银行陕西分行为例

（一）L 银行陕西分行保险业务发展现状

1.L 银行的基本概述

L 银行是我国六大银行之一，至今已拥有 100 多年的悠久历史。截至 2021 年末 L 银行境内分行机构 248 家，在全国 248 个地级和地级以上城市、163 个县或县级市共设有 2,889 个营业网点。L 银行总资产在 2021 年底达到 11.67 万亿元人民币，净利润实现 875.81 亿元人民币，在 2020 年世界 500 强财富榜上，L 银行排名第 162 位，2021 年 L 银行再次被评为全球品牌价值 500 强，是一家品牌影响力极大的国有银行。

2.L 银行陕西分行保险业务收入增速放缓

自 2001 年我国正式加入世贸组织（WTO）以后，我国的银保产品销售份额快速提升，L 银行作为国有大行也紧跟经济发展的趋势，在 20 多年的时间里 L 银行的银保业务实现了快速发展，但由于产品同质化严重、银保合作不深入等多重原因，L 银行陕西分行近几年的银保业务发展增速放缓。

项目	年度	趸交销量 (万元)	期交销量 (万元)	银保业务收入 (万元)
L 银行(陕 西分行)	2018 年	90,758	20,013	5,489
	2019 年	134,585	33,152	7,949
	2020 年	87,595	24,396	6,314

从上表中可以看出 L 银行陕西分行保险业务的中间收入是非常高的，也可以看到 2019 年银行保险业务收入增长迅速，但在 2020 年度增速放缓出现了负增长，L 银行陕西分行银行保险业务发展遇到了问题。

3.L 银行陕西分行银保业务合作模式

银保合作一直是银行和保险公司都很重视的合作方式，L 银行陕西分行也不例外。截至目前 L 银行陕西分行主要和交银人寿、泰康人寿、阳光人寿、英大、

中国人寿、华夏人寿等保险公司合作。

L 银行陕西分行和这些保险公司的合作基本分为两种模式。

第一种是协议代销模式。L 银行陕西分行通过和保险公司签订代销协议，利用自身的平台、庞大的客户资源销售银保产品。这种模式是中国市场上最常用的银行保险业务合作模式，也是 L 银行开展银保业务的主要合作模式。这种合作方式银行投入费用很少，边际收益较高，合作较为灵活。

第二种是金融控股模式。交银人寿保险公司成立于 2010 年 1 月 28 日，是 L 银行控股的中外合资保险机构，其中 L 银行持股 62.5%。这种合作模式中，银行和保险公司处于一个金融控股集团内，有共同的品牌、销售渠道和技术后台，共享优势资源，可以最大程度的降低经营成本，提高经济效应。该模式有利于银行和保险公司之间实现银保统一发展战略，可以为客户提供更全面、更多元化的产品服务。

4.L 银行陕西分行重点合作产品

最近几年受新冠疫情的影响，人们开始重视保险保障，于是终身寿险越来越受到关注。L 银行陕西分行现在主推的 3 款银行保险产品是：阳光人寿保险公司的阳光臻鑫倍致终身寿险、交银人寿保险公司的交银私享五号终身寿险、华夏人寿保险公司的华夏南山松（鑫享版）终身寿险。这三款产品除了具备基本的身故全残保障之外，还具备财富传承、稳定理财增值的作用，而且中途还可以灵活取用现金价值，比较方便适用于对资金使用的灵活性有较高要求的人，有长期理财规划打算的人，有养老需求的人，给孩子准备教育金的人。以下是对这三款产品的比较分析。

（1）相同点：

第一：这三款保险产品都是增额终身寿险。

第二：这三款产品保额都是每年以 3.5%复利递增。

第三：这三款产品的身故/全残保险金的赔付条件都是一样的。

（2）不同点：

产品名称	阳光臻鑫倍致终身寿险	交银私享五号终身寿险	华夏南山松（鑫享版）终身寿险
投保年龄	30 天-75 岁	30 天-70 周岁	28 天-75 周岁

缴费期限	1/3/5/10 年交	5/10/20 年交	1/3/5/10/15/20 年交
给付比例	18-40 周岁：160% 41-61 周岁：140% 61 周岁及以上： 120%	18-40 周岁：160% 41-60 周岁：140% 61 周岁及以上：120%	18-60 周岁：160% 61 周岁及以上：120%
IRR 内部收益率	3.38%	3.31%	3.31%

注：IRR 内部收益率是以女性 30 岁投保，每年交 1 万元保费，投保五年到 104 岁时的数值。

通过以上比较可以看出，L 银行陕西分行银保业务主推的增额终身寿险，是符合当下经济发展形势，也符合银行的销售场景，相比其他复杂的险种，银行适合卖简单产品，而增额终身寿险的产品形态非常简单，主要关注现金价值，便于银行营销人员较为全面的介绍产品。

这三款产品同质化比较严重，除了投保年龄、缴费期限、给付比例、现金价值有些不同，其实本质上差别不是很大，都是固定收益类银行保险产品，而且人身保障功能较少，主要是保障身故或者全残。IRR 内部收益率也不算很高，只有当被保险人生命周期越长时，现金价值才会越高，和定期存款相比，这种用非常长的时间成本换取收益的银保产品竞争优势不大，对投资者来说在没有竞争力的情况下是很难被吸引的。

（二）L 银行陕西分行银行保险业务发展存在的问题

1. 银保合作不深入

目前 L 银行跟多数保险公司的合作还属于协议代销的模式，双方在协议代销模式下的合作会随时发生改变，银行和保险公司都想通过合作各自获利，保险公司为了实现增加销量、占领市场份额的目的，在很多情况下会跟银行的合作目标相互矛盾，银行更关注自己的保费收入。在这种模式下，银行通常不会选择与某家保险公司建立长期的合作关系，银行在选择合作方时更多看中的是对方给与手续费的高低，如果新的保险公司给予了较高的手续费，或当前合作的保险公司提供的产品利润未达到银行的预期，银行很可能会更换合作伙伴。长远来看，这种

协议代销合作模式会给客户带来较差的售后服务体验，使双方的用户口碑降低，也会间接影响保险产品的开发和创新，从而导致整个银保业务的开展受到不良的影响。

2.产品缺乏创新，同质化严重

我国银保业务起步相对较晚，保险业务优秀的专业人才不足，导致我国保险产品的创新能力较低，无法满足客户多元化的需求，加之保险产品都要通过银保监会严格审后才能销售，银保产品的同质化严重。目前 L 银行代理的保险产品，大多数为定期存款的代替产品，跟银行本身的产品内容重合度高，银行保险产品具备保本保息的存储属性，但属于保险的保障属性却非常少。例如：交银私享五号终身寿险、华夏南山松（鑫享版）终身寿险、阳光臻鑫倍致终身寿险都是固定收益银保产品，人身保障功能比较少。这些银保产品和定期存款对比，投资者只有持有比较长的时间后，收益才会比定期存款高。对于此类用时间成本换取回报的银保产品竞争优势不大，对投资者来说在没有竞争力的情况下是很难被吸引的。

3.线上服务功能不完善

（1）线上宣传力度不足。在互联网迅猛发展的背景下，L 银行陕西分行最近几年也开始重视起了电子渠道的拓展，通过手机银行跟网上银行购买银保产品的客户也有所增加。不过也有很多客户表示，他们并非是从网上银行或者掌上银行看到相关产品的介绍才决定购买的，而是他们来银行办理业务或者之前的银保产品到期了来到网点，经过网点的客户经理推荐和讲解之后通过网上银行和掌上银行购买的。

（2）线上购买体验较差。很多客户反应在网上银行和掌上银行的操作比较繁琐，银保产品内容较为杂乱，多数客户并不能清楚区分各产品之间的区别，而且线上提供的客户服务主要由机器人来完成，机器人对客户提出的问题并不能真正的答疑解惑，客户还是需要转接人工重复的描述问题，这些不好的体验让客户丧失了在线上购买产品的欲望。

（3）不能有针对性的开展客户服务。营业网点的服务应该和线上的服务互补，但是一部分银行的销售人员为了方便省事，不管该客户适不适合开通电子渠道，都让客户从网上银行和掌上银行渠道进行购买，未能有针对性的为客户提供服务。

4.银保从业人员能力不足

L 银行陕西分行当前正处于转型阶段，银行要求营运条线人员加入销售队伍，并协同客户经理做好相关工作。由于营运条线人员对保险产品不太了解，并且培训机会较少，从而导致营运条线人员保险专业知识不够，对产品的理解有偏差，给顾客造成了错误的判断。甚至还有一部分客户经理为了完成业绩任务，向客户隐瞒保险性质，给客户造成资金损失。这些现象导致了客户对于“保险”两个字的反感，也失去了一些客户对于银行的信任，极大的影响了品牌的信誉，对 L 银行保险业务的长远发展不利。

5.银行与保险公司信息交互性差

L 银行与保险公司的合作模式主要为协议代销方式，双方之间的合作基础较为薄弱，缺乏深度的合作。L 银行和保险公司之间并未组建出双方共同的客户数据库，从而未能实现客户资源等信息的共享，导致双方之间信息交互性较差。银行只负责营销，保险公司在对客户并不清楚的前提下进行了产品设计，导致设计出的产品并不能满足客户的多元化需求。双方之间传送客户信息不仅耗费了较大的人力资源，而且信息的交互还不及时，这些都阻碍了银保业务的进一步发展。

四、我国商业银行保险业务可持续发展的对策分析

1.银保业务逐步向金融控股模式过渡

目前我国银保业务还是以协议代销合作模式为主，这种合作模式导致银行只注重短期带给自己的中间业务收入，而忽略了保险产品的优势和售后服务，这种合作模式特别不稳定，而且对银保业务的长久发展产生不利影响。

银行要提升对银保业务的关注程度，确保银保业务能可持续的发展下去，在充分考虑到盈利能力和资本回报率的前提条件下，判断各个保险公司的成长性，选取一些实力强大，具有发展潜力和投资价值的保险公司作为主要合作对象，可以先建立战略联盟合作关系，增加双方的紧密合作，在战略联盟发展顺利、平稳的条件下，可以全面转向金融合作模式。

金融混业经营发展是当下全世界的发展潮流，因此金融控股是大势所趋，相对银行控股保险公司的，银行要充分发挥这个优势，在开展银保工作的同时，发挥综合金融资源，实现银保统一发展战略，可以为客户提供更全面、更多元化的产品服务。

2.运用大数据技术提供差异化产品及服务

银行应深挖客户潜力，对不同层级客户群体设计特定的产品，以市场的需求为导向，以客户的痛点为着力点，细分市场、启动用户思维，打造产品的专属性，可以让客户根据自身需求选择合适的保险产品，而不是用产品来寻找需求顾客。商业银行应有效利用自身的客户关系管理系统，分析、挖掘每一个银保客户的信息，了解银保客户的年龄、性别、职业、理财偏好、购买频次、购买时间、购买金额、购买种类等数据，通过大数据对客户的购买需求进行分析，针对不同阶层的顾客设计差异化的保险产品。比如：高净值人群、企业老板、公司高管等可以推出一些保护客户个人资产的相关产品，针对年轻的顾客群体，可以推出以人生大事为主题的保险，从而完善银保产品的类型，提升产品的针对性。总之，银行应该以客户的需求为导向，而不是以销量、手续费、任务等指标为目标，才能在竞争激烈的银保市场中更胜一筹。

3.加大银保产品宣传力度，优化客户线上体验

互联网已是未来业务发展的大势所趋，社交媒体伴随着互联网的普及在高速发展，银行应充分利用现有的互联网销售渠道，加大在微信公众号、官方微博、抖音账号上对银保业务的宣传力度，并运用客户智能搜寻、大数据分析等新技术开展精准营销。

同时，不断提升银行线上平台服务体验质量，优化客户线上体验，对于银保产品也可以导入真人视频、卡通人物等进行产品展示，并对网上购买流程制作一个讲解视频，也可以学习电子商务平台，配备具有专业保险知识的在线客服，利用大数据对客户咨询时段进行分析，将人工客服和机器人客服进行更好的结合，这样不仅方便了客户也提高了服务质量。

4.加强培训，提高银保产品营销人员的综合能力

我国的银保业务之所以发展较慢，仍处于低层次的竞争，与营销人员的专业能力有很大的关系，银行应加强对营销人员综合能力的培训。

银行要加强对营销人员专业知识的日常培训，可以借助每天例会加强产品和营销技巧的学习，使营销人员熟练掌握产品的特点和卖点，能够准确的向客户推荐产品，另外还需要加强对银行保险营销人员的资质管理，确保营销人员的基本素质，再借助每年的继续教育做好营销人员培训，持续提升其专业性。最后，要加强管理人员和网点负责人的培训，提升他们对银保业务的认识和业务管理能力，从而加大银保业务的推动。

银行要重视对营销人员职业道德素养的提升培训，加大违反职业道德行为的惩治力度，并进一步加强业务规范化管理，加强自身销售监管力度，避免营销人员在销售过程中存在的不合规现象。

5.强化科技赋能，提升服务能力

银行和保险公司需要打破双方之间的数据壁垒，共享客户的一些数据，并针对业务发展状况适时的引入人工智能（AI）、大数据等尖端技术，通过大数据对客户信息进行管理，自动分类筛选客户数据，深挖潜在顾客，并针对客户的实际需求推荐对应的产品，从而达到精确匹配，精准营销的目标。全面发挥科技在银行保险业务发展过程中的积极作用，提升服务能力，健全金融服务生态系统。

五、结论与展望

本文以 L 银行陕西分行为研究对象,对 L 银行陕西分行保险业务存在的问题进行了分析,针对这些问题并结合实际情况,对我国商业银行保险业务的发展提出了具体的对策和建议:

- (一) 加强银保合作模式,向金融控股模式过渡;
- (二) 运用大数据技术提供差异化服务;
- (三) 加大银保产品宣传力度,优化客户线上体验;
- (四) 加强培训,提高银保营销人员的专业能力;
- (五) 强化科技赋能,提升服务能力。

L 银行陕西分行作为陕西省的大型国有银行,从建立之初就为陕西地区的用户带来了优质的银行产品和特色服务,经过 30 年岁月的沉淀,其始终坚持依法依规治理的经营理念、严格规范的内控合规体系及风险管理制度,这些都为 L 银行陕西分行的业务发展打下了坚实的基础。尽管 L 银行陕西分行目前银保业务发展缓慢,但通过对其银保业务存在的问题深度剖析,为其以后的银保业务发展奠定了基础,指明了方向。希望对 L 银行陕西分行银保业务的发展产生积极的影响,从而帮助陕西分行的银保业务突破自我,提升业绩。

银行保险已成为金融保险业的主要趋向之一,银保业务给保险公司带来了稳定的客户群体,同时也为银行带来了中间收入,提升了客户服务。我国银行保险业务的发展道路还很长,保险业要继续努力,为我国的金融发展积蓄力量。

参考文献

- [1]单晓丽. 商业银行与保险合作的问题与决策[J]. 大众投资南, 2022(13):81.
- [2]王昨俊. 商业银行保险业务的发展及对策研究——以A银行苏州分行为例[D]. 苏州大学, 2019.
- [3]徐广新. 中国工商银行银保业务发展问题研究——以中国工商银行 JL 分行为例[D]. 内蒙古财经大学, 2021.
- [4]赵可意. JT 银行 Z 分行保险产品营销策略研究[D]. 西北大学, 2021.
- [5]韩雪. 浅析我国银行保险发展的现状及对策[J]. 价值工程, 2019(26):54.
- [6]陈柳玲. 我国银行保险的现状和问题分析[J]. 商展经济, 2021(13):98-99.
- [7]邱思玮. 互联网金融背景下工商银行 A 分行银保业务营销策略研究[D]. 浙江工商大学, 2021.
- [8]章馨. H 银行 Z 分行银保业务营销策略优化研究[D]. 安徽财经大学, 2020.
- [9]孟冬雪. 我国银行保险合作的问题与对策研究[A]. 第十七届沈阳科学学术年会论文集[C]. 2020.
- [10]司玮娜. 我国商业银行银保业务合作的问题和对策研究[D]. 山东大学, 2017.
- [11]胡媛媛. C 银行石家庄分行银保业务营销策略研究[D]. 河北财经大学, 2021.

致 谢

在经历了反复打磨和不断调整后，我的毕业论文终于写完了。在论文的写作过程中，我遇到了很多挫折跟困难，也频繁出现思路不完整、思考不全面、相关参考文献收集困难等问题。不过还是要感谢冷晶老师，能在我遇到问题和困难的时候给予我指导与帮助，在我思考不全面、思维模糊不清晰的时候，给予我细致的解答跟安慰。在此，我衷心感谢冷老师的谆谆教导，我将终身难忘。

在学习的过程中，我也得到了各门代课老师的关心和帮助，在此，我真心感谢帮助过我的各位老师，在你们的支持与帮助下，我的论文才能顺利圆满的得以完成。衷心感谢各位！