Deloitte.

德勤



非常时期，非常之役
疫情之后保险公司如何砥砺前行

因我不同
成就不凡
始于 1845

前言

保险，以风险管理为本职，承担着保障社会稳定，分散社会风险的使命。在新型冠状病毒肺炎疫情肆虐，各行各业凝聚一心攻坚克难的时刻，保险业义不容辞投入到这场防疫狙击战中。我们看到，包括人身险、财产险、保险中介、互联网保险平台等产业链上下游企业纷纷采取多样化的应对举措，积极迎战。纵观行业，各家机构采取的主要应对措施包括捐款、捐赠物资、赠险、扩大保险责任范围、升级理赔服务、主动排查出险客户、提供远程诊疗等健康管理服务等。通过这些应对措施，保险行业彰显了作为经济“减震器”和社会“稳定器”的社会价值。



保险行业应对此次疫情的措施

保险公司采取的传统应对方案：

应对疫情方案	措施	代表公司（不完全统计）
捐款赠物	抗疫资金	人保、国寿、平安、泰康、中邮人寿、国华、合众等数十家保险机构，共筹资2亿余元人民币[1]
	抗疫物品	人保、国寿、平安、泰康、友邦、中邮人寿、横琴人寿、大童保险等数十家保险机构，筹集口罩、手套、防护服、消毒用品等数十万件
	专属保险保障	人保、国寿、平安、泰康、友邦、华夏、中邮人寿、建信人寿、德华安顾等近40家保险公司为一线医护人员及家属、公安干警、媒体人、志愿者、建筑工人等一线群体提供专属保险，人均保额20万——300万，保额共计超过5万亿元[2]
理赔服务升级	理赔绿通	人保、国寿、平安、太保、太平、泰康、友邦、中邮人寿、建信人寿、德华安顾等40余家保险公司开通7x24小时报案通道及绿通服务等
	理赔流程简化	人保、国寿、平安、太平、泰康、中邮人寿、阳光、友邦、中信保诚、建信人寿、德华安顾等30余家保险公司升级理赔流程，提供无保单理赔、预付赔款、医疗网络费用直接结算服务
	主动理赔协助	人保、国寿、平安、太平、泰康、阳光、建信人寿、合众、德华安顾等30余家保险公司主动排查出险客户，安排专人一对一理赔协助
	理赔限制“五个取消”	人保、国寿、平安、太保、太平、泰康、友邦、中邮人寿、建信人寿等40余家保险公司修改产品条款，取消多项条款限制，如就医医院限制、自费药品及诊疗项目限制、非医保自费费用限制、等待期限制及免赔额限制等
医疗健康服务联动	疫情资讯	平安、人保、国寿、光大永明、德华安顾等公司依托自有平台或联合外部合作伙伴向客户、公众提供疫情动态、防治宣传、确诊患者相同行程等资讯服务
	在线义诊	平安、人保、国寿、太保、友邦、弘康、中荷人寿、德华安顾等公司依托自有平台或联合外部合作伙伴为客户、医护人员、患者及公众提供7x24小时在线医疗
	心理健康	平安、人保、国寿、横琴人寿、德华安顾、众安等公司依托自有平台或联合专业心理咨询机构为客户、员工、社会工作及家属提供心理咨询服务

资料来源：保险公司公开信息、德勤整理；
注：[1]截至2020年2月3日 [2]截至2020年2月4日

具有“保险+”生态布局的领先险企利用自身在大数据、金融科技、医疗健康服务及医疗科技等方面的优势，采取的创新应对举措：

类型	具体措施（不完全统计）	机构
互联网疫情教育	客服APP上提供以“预防新型冠状病毒”为主题的医生专家直播答疑	平安人寿+平安好医生
	客服APP平台上线新冠肺炎资讯专区	平安人寿+平安好医生
	联合淘宝第一女主播薇娅、夜听及来电等公益助力伙伴，呼吁更多人加入抗击疫情这场公益中	轻松筹+轻松公益
大数据抗疫辅助	研发“防疫重点车辆核查系统”，协助交警排查市民举报的疑似疫区来深车辆	平安科技
	智能辅助筛查方面，打造全国新型新冠肺炎疫情动态监测系统，不仅能提供实时数据、防护问答和科普知识，还结合人工智能技术，提供疫情智能分析、新型新冠肺炎智能筛查、疫情智能问答、用药智能问答	平安科技+平安头条
	研发推出“市民云抗疫防控专版”APP，为各级政府防控疫情提供专属官方信息渠道，提供疫情信息互通、口罩预约购买、确诊患者相同行程、返城人员健康动态、新冠早诊、问卷调查预防指南等	中国人寿+万达信息
医疗资源支持	参与中国志愿服务联合会、中国科协发起“健康守护——抗击新型肺炎乡村医生培训志愿服务行动”，开展针对乡村医生的线上培训	平安集团
	驰援湖北64层移动CT影像车；开放线上阅片平台；开放旗下医学检验室，纳入新冠病毒核酸检测定点机构等	平安医保科技
	向全国人民派发口罩，登陆平安好医生APP及平安金管家APP免费领取	平安人寿+平安好医生
	为抗击疫情一线的医护人员和已确诊或接受隔离的保险客户提供免费电话心理咨询服务；为已确诊的客户免费提供北京上海三甲医院呼吸科、影像科、重症医学科等相关科室的专家第二诊疗意见服务	人保健康+心理咨询机构、医疗机构
	新冠肺炎专属产品“爱心保”发起口罩传递活动，将口罩捐赠给指定人士	泰康人寿
	选拔胸肺中心具有重症监护护理经验的护士加入山东省支援湖北疫情医疗队	阳光人寿+阳光融合医院

资料来源：公开信息披露、德勤整理

对保险行业的宏观影响

疫情终将平息，但对于社会各个层面的影响仍将持续。此轮“新冠”肺炎疫情爆发将如何影响中国的保险行业呢？

我们认为，疫情对于中国保险行业的宏观影响主要体现在以下几个方面：

01. 人身险公司开门红业绩承压。为控制疫情蔓延，政府限制交通的强制举措将对代理人客户拜访、增员、培训及日常管理均有较大负面影响。同时考虑到金额较大的年金、分红等业务多需要面谈促成，因此依靠代理人渠道的传统寿险公司在此次开门红期间业绩将承受较大压力。参考2003年非典数据可发现，由于疫情爆发时间恰逢春节，当年保险公司开门红期间销售数据呈现一定下降趋势。

02. 财产险行业受经济增长放缓的影响较大。由于政府采取封城、交通管制等较为严厉的防疫措施对零售、交通运输、餐饮、旅游等行业产生较大冲击，与此类行业相关的财产险业务也将受到直接影响。德勤预计，此次疫情将使我国GDP增速于2020年回落至5.3%-5.5%。在宏观经济增速放缓的背景下，财产险中的团体类业务预计将受企业预算削减的负面影响。个人业务方面同样将受到民众短期购买力下降的冲击。（资料来源：德勤2020年中国经济及行业展望）

03. 居民健康风险意识显著提升。此次疫情对民众而言是一次发人深省的风险教育。“新冠”肺炎蔓延速度之快，政府防疫措施之严厉，社会各界响应程度之广均极大地唤起了大众的保障意识，尤其是健康风险保障意识。通过某互联网保险平台内部人士访谈获悉，疫情爆发以来，该平台接到的保险咨询量明显增加，医疗险销售将呈上升趋势。全民健康意识被激发，有望进一步提升我国保险渗透率，尤其是互联网保险和健康险的渗透率。

04. 保险公司积极履行社会责任，提升行业社会形象。疫情爆发之后，险企响应迅速、多措并举，充分发挥保险公司的社会保障职能，积极履行社会责任。通过对此次“新冠”肺炎疫情的危机处理，商业保险公司在消费者心目中树立了敢于承担的正面形象，提升了全行业的社会影响力。

05. 保险公司产品创新有望加强。“新冠”肺炎疫情倒逼险企第一时间扩容保险产品保障范围、理赔限制及推出配套的健管服务，从而加速保险公司产品创新能力构建。同时，疫情也将敦促经营人身险业务的公司加快更新疾病数据库，有利于积累单病种产品开发所需要的基础数据。

06. 保险公司将加快在数据、健管等方面的“保险+”生态圈构建。疫情爆发凸显了我国医疗资源匮乏、医疗体系不健全以及基层公共卫生事件处理能力薄弱等问题。部分领先险企利用自身在医疗健康、金融科技等方面的积累，为政府部门提供基于人口轨迹的疫情跟踪及疫情预测，与公共卫生领域开展了深层次联动。预计“后新冠”时代会有更多险企加大保险周边生态的相关多元化布局。保险业将进一步深化在医疗体系改革、公共卫生治理中的参与度，加强智慧医疗等领域的投资与合作。



疫情发生以来，保险行业的参与者敏捷响应、快速应对，积极践行企业责任，在此次抗击疫情工作中切实发挥了“社会稳定器”的作用，进一步提高了保险行业的社会形象和民众认知度。

然而，疫情蔓延对保险行业的短期冲击仍较大，尤其是对于春节之前“开门红”推动较慢、个险等依托“人海”的业务占比较高且移动展业水平较低的公司，负面影响将可能延续至全年。中期来看，由于疫情对宏观经济负面影响向保险行业的传导，民众的短期购买力下降，将对理财型等保险产品销售起到抑制作用；疫情激发了民众的健康管理需求，将一定程度缓解健康险产品的销售压力，但我们对于行业将在疫情后迎来短期“反弹式”增长的判断仍持谨慎乐观态度。



疫情之后，保险公司应如何加速转型，迈向卓越？

此次疫情对保险公司在紧急突发事件下的经营管理能力带来巨大挑战。我们认为保险公司需从以下几方面构建长效经营机制，以从容面对短期事件负面影响，亦提升公司长期稳健经营能力。

一、提升渠道线上化经营能力

01.提升传统渠道线上化经营能力。事件影响下，以个险为代表的传统线下渠道直面经营压力。疫情抑制代理人线下展业的同时，代理人招募、出勤、培训等线下经营动作也受到较大影响，依托个险等“人海型”渠道的保险公司影响尤为严重，愈发凸显了传统渠道线上化经营能力的重要性。尽管众多险企已在代理人经营管理中使用数字化平台，实现线上展业、客户经营、队伍管理等功能，然而实际情况中，多数中小保险公司数字化平台应用仍以建议书制作与线上投保为主，客户管理、队伍管理与培训等功能使用率仍较低。随着私人微信、企业微信、第三方代理人展业平台的兴起，线上展业与队伍管理的手段日益多元化，保险公司应进一步加强传统渠道数字化建设，并通过考核等方式推动销售队伍对数字化平台的使用，引导销售队伍的线上展业习惯，并通过微信群、短视频、直播等手段创新线上客户经营与销售管理方式。

02.加强互联网渠道布局。以支付宝·蚂蚁保险为代表的互联网平台于疫情发生后相继推出好医保　抗新冠保障金、相互宝　抗新冠保障金及一线医护专属保障金等，其产品形式普惠化、碎片化、社交化，上线短短几天内就取得百万级响应。此次疫情进一步验证了互联网保险的价值所在。风口之下，保险公司需加强线上渠道的建设，一是持续深化与第三方互联网平台的合作深度并通过产品创新等方式强化合作关系从而获取资源位；二是加强自营平台建设，打造保险公司的私域流量经营池，做好三方平台流量的承接与后续的客户运营；三是鼓励有能力的险企通过战略合作、自建及收购的方式加速布局互联网保险平台。



二、提升差异化产品创新能力

保险公司针对“新冠”疫情在产品创新上的举措主要集中在取消已售产品等待期、取消免赔额、保障范围扩容等方面。同时，银保监会发文严禁开发缺乏定价基础的新型冠状病毒感染肺炎专属产品，以防止运用产品创新的名义过度营销。保险公司为打造差异化竞争优势，提升产品创新能力可从两个方面着手：



01.加强配套服务能力，优化客户体验。当前健康险产品的同质化情况较为严重，与保险产品配套的服务能力将成为商业保险公司在健康险领域脱颖而出的关键要素之一。保险公司一方面可加强医疗资源供给能力，着力提供如远程诊疗、海内外优质医疗资源保障、药品配送、心理咨询等覆盖诊前、诊中、诊后的全流程保障；另一方面应努力提升支付及运营效率，如扩大医院直付网络、实现咨询、投保、理赔等流程的线上化等，从而打造产品可附带的差异化服务，实现“以附促主”。

02.丰富健康大数据积累，提升定价能力。保险公司需提升对诊疗过程的认识和大数据分析能力，充分利用自有销售推广数据、服务结算数据以及外部医学建设随访数据、可穿戴设备采集数据、医院诊疗数据等医疗健康大数据，构建量化模型，实现细分人群精准定价。

三、打造轻敏型运营体系

疫情期间，各家保险公司均开启专属理赔通道与客服通道，实现7*24小时客户服务与理赔升级。此次事件亦是检验保险公司运营能力的机会，将促进保险公司优化现有运营模式，打造轻敏型客户化、数字化及弹性化运营体系。

01.加强以客户为中心的客户化运营。客户自助办理业务、远程自助签单等方式是此次事件中缓解疫情影响的重要手段。保险公司可通过自助服务、智能服务的推广为客户带来更便捷、更有参与感、更透明的服务体验。同时，加强构建以客户为中心的运营体系能帮助保险公司敏锐感知市场变化与客户诉求，在紧急情况下迅速调整运营模式，如两核权限下放、“先赔后核”等人性化举措，从而提升客户服务体验。

02.应用新技术，提升数字化运营能力。技术快速迭代的今天，保险公司亟需建立可延展、可弹性扩容的运营系统，从而确保紧急事件发生或业务高速发展过程中的安全与稳定，并为未来业务持续优化提供有效支撑。保险公司应在进一步对接外部数据源的基础上，通过大数据等技术优化规则引擎，提升自动化作业比例。同时，加强健康医疗网络的构建，实现与医疗机构信息的互联互通亦对保险公司提升流程线上化、加强运营效能有重要意义。

03.灵活采用运营模式组合实现柔性化运营。此次疫情同样挑战保险公司多种运营模式的组合能力。传统的单一物理集中或外包模式势必影响运营流程在事件发生时的稳定性和时效性。我们看到，在客户需求与技术的驱动之下，保险运营正向灵活组合的“弹性化”模式转变，以适应复杂多变的业务环境。我们认为，保险公司需进一步审视现有运营模式，根据自身业务特点及所处发展阶段，实现物理或逻辑集中、共享、外包等典型运营模式的灵活组合并建立动态调整机制，兼顾成本与效率的同时提升运营体系的承载与应变能力。



四、保险与医疗健康联动

除保险产品外，部分领先险企已率先利用保险与医疗健康资源的联动，为客户提供在线医疗、医疗物资配送、心理辅导等全方位的服务，初步形成差异化竞争优势。疫情之后，保险公司有必要重新思考健康管理服务在商业模式中的定位。我们认为，保险与医疗健康的深入联动可从以下三方面着手：

01.满足健康体客户健康管理需求。随着民众消费能力增长及对健康话题的关注不断攀升，HPV疫苗、心理咨询、体重管理、医美等健康管理服务的需求不断上涨。保险公司为客户提供此类健康管理服务，一方面能增强客户黏性，另一方面有助于维持客户健康状态，优化保险产品赔付。

02.实现疾病体健康管理全流程服务。保险公司可从高发重疾入手，围绕患者诊前、诊中及诊后的全流程进行大健康产业链布局，实现客户服务从疾病预防、早诊、治疗、康复、复诊的全周期管理，在此基础上探索我国的管理式医疗保险产品，构建保险主业护城河。

03.提供慢病管理服务并提升控费能力。我国约有3.5亿的慢病患者，慢性病导致的死亡率和医疗费用支出占比居高不下。然而慢性病患者至今仍被很多保险公司拒保，其健康保障需求亟待满足。保险公司通过提供体征监测、用药提醒、药品配送及运动建议等慢病管理服务，可以切实改善患者的健康状况，降低并发症发生概率，从而降低商业保险赔付支出。同时基于提供慢病管理服务时的体征数据积累，保险公司能有效筛选出适合投保的非标体客户，为其提供相应的健康险产品。



五、提升医保及医疗科技联动能力，参与国家公共卫生体系建设

防疫战中，互联网+、大数据等信息技术通过高效跟踪、筛查、预测疫情发展等手段，在减少线下诊疗压力和交叉感染风险、科学防治、精准施策、便民服务等方面发挥了重要作用。互联网企业利用自身技术优势为疫情防治提供决策支持。例如，阿里巴巴上线“浙江省新型肺炎防控公共服务管控平台”服务浙江全省和湖北三市；阿里云为公共科研机构提供一切AI算力支持；微医联合10余家医院上线“新冠肺炎实时救助平台”，并协助多家医院接入平台等。

保险业也在积极行动，具备相应能力的领先险企积极参与其中，例如平安科技研发防疫重点车辆核查系统，平安医保科技旗下医学实验室被纳入新冠病毒检测定点机构等。保险公司可通过构建医疗科技能力，更深入地参与到国家公共卫生体系建设中并更好地发挥商业保险对社会保险的补充作用：

01. **为政府提供疫情分析、健康服务。**例如清华大学联合平安医疗科技发布城市实时健康指数，可重点监测近40种主要疾病的发病情况。美国联合健康保险公司旗下医疗科技子公司Optum RX与美国卡耐基梅隆大学（CMU）合作，为美国政府提供数据驱动的流感早期预警，能够提前两周保障疫苗供给。

02. **为医院和社区提供疾病管控研究支持。**保险赔付数据、客户行为数据结合医院诊疗数据，能够为疫情防控带来助力，对疫苗研发、价值医疗、新型诊疗方案提供数据支持。

03. **为个人提供健康干预。**在监管允许的范围内，保险公司可通过前置的智能家居、可穿戴设备，配合线上交流设备收集相应的健康数据，有望进一步帮助投保人提升用药医从性，为个人和家庭提供有意义的健康干预。



结语

正所谓“大危孕育大机”，此次疫情不会阻挡中国保险市场迅猛增长的势头，也给所有从业者一个审视自身商业模式的间隙和契机：如何优化商业模式，进行相关多元化的业务布局？如何设立敏捷组织，实现对危机事件的快速响应？如何构建智慧化的业务体系和运营体系？从而在各种危机中立于不败，化危为机。



联系我们



黄逸轩
德勤中国金融服务业
保险行业领导合伙人
电子邮件：martiwong@deloitte.com.cn



李佳明
德勤中国
战略咨询大中华区领导合伙人
电子邮件：jiamli@deloitte.com.cn



段蕾
德勤中国金融服务业
保险行业战略咨询合伙人
电子邮件：lduan@deloitte.com.cn

办事处地址

北京
北京市朝阳区针织路23号楼
中国人寿金融中心12层
邮政编码：100026
电话：+86 10 8520 7788
传真：+86 10 6508 8781

长沙
长沙市开福区芙蓉北路一段109号
华创国际广场3号栋20楼
邮政编码：410008
电话：+86 731 8522 8790
传真：+86 731 8522 8230

成都
成都市高新区交子大道365号
中海国际中心F座17层
邮政编码：610041
电话：+86 28 6789 8188
传真：+86 28 6317 3500

重庆
重庆市渝中区民族路188号
环球金融中心43层
邮政编码：400010
电话：+86 23 8823 1888
传真：+86 23 8857 0978

大连
大连市中山路147号
森茂大厦15楼
邮政编码：116011
电话：+86 411 8371 2888
传真：+86 411 8360 3297

广州
广州市珠江东路28号
越秀金融大厦26楼
邮政编码：510623
电话：+86 20 8396 9228
传真：+86 20 3888 0121

杭州
杭州市上城区飞云江路9号
赞成中心东楼1206室
邮政编码：310008
电话：+86 571 8972 7688
传真：+86 571 8779 7915

哈尔滨
哈尔滨市南岗区长江路368号
开发区管理大厦1618室
邮政编码：150090
电话：+86 451 8586 0060
传真：+86 451 8586 0056

合肥
合肥市政务文化新区潜山路190号
华邦ICC写字楼A座1201单元
邮政编码：230601
电话：+86 551 6585 5927
传真：+86 551 6585 5687

香港
香港金钟道88号
太古广场一座35楼
电话：+852 2852 1600
传真：+852 2541 1911

济南
济南市市中区二环南路6636号
中海广场28层2802-2804单元
邮政编码：250000
电话：+86 531 8973 5800
传真：+86 531 8973 5811

澳门
澳门殷皇子大马路43-53A号
澳门广场19楼H-L座
电话：+853 2871 2998
传真：+853 2871 3033

蒙古
15/F, ICC Tower, Jamiyan-Gun Street
1st Khoroo, Sukhbaatar District,
14240-0025 Ulaanbaatar, Mongolia
电话：+976 7010 0450
传真：+976 7013 0450

南京
南京市新街口汉中路2号
亚太商务楼6楼
邮政编码：210005
电话：+86 25 5790 8880
传真：+86 25 8691 8776

宁波
宁波市海曙区和义路168号
万豪中心1702室
邮政编码：315000
电话：+86 574 8768 3928
传真：+86 574 8707 4131

三亚
海南省三亚市吉阳区新风街279号
蓝海华庭（三亚华夏保险中心）16层
邮政编码：572099
电话：+86 898 8861 5558
传真：+86 898 8861 0723

上海
上海市延安东路222号
外滩中心30楼
邮政编码：200002
电话：+86 21 6141 8888
传真：+86 21 6335 0003

沈阳
沈阳市沈河区青年大街1-1号
沈阳市府恒隆广场办公楼1座
3605-3606单元
邮政编码：110063
电话：+86 24 6785 4068
传真：+86 24 6785 4067

深圳
深圳市深南东路5001号
华润大厦9楼
邮政编码：518010
电话：+86 755 8246 3255
传真：+86 755 8246 3186

苏州
苏州市工业园区苏绣路58号
苏州中心广场58幢A座24层
邮政编码：215021
电话：+86 512 6289 1238
传真：+86 512 6762 3338 / 3318

天津
天津市和平区南京路183号
天津世纪都会商厦45层
邮政编码：300051
电话：+86 22 2320 6688
传真：+86 22 8312 6099

武汉
武汉市江汉区建设大道568号
新世界国贸大厦49层01室
邮政编码：430000
电话：+86 27 8526 6618
传真：+86 27 8526 7032

厦门
厦门市思明区鹭江道8号
国际银行大厦26楼E单元
邮政编码：361001
电话：+86 592 2107 298
传真：+86 592 2107 259

西安
西安市高新区锦业路9号
绿地中心A座51层5104A室
邮政编码：710065
电话：+86 29 8114 0201
传真：+86 29 8114 0205

郑州
郑州市郑东新区金水东路51号
楷林中心8座5A10
邮政编码：450018
电话：+86 371 8897 3700
传真：+86 371 8897 3710



关于德勤

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构（统称为“德勤组织”）。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为及遗漏承担责任，而对相互的行为及遗漏不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 了解更多信息。

德勤是全球领先的专业服务机构，为客户提供审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询、税务及相关服务。德勤透过遍及全球逾150个国家与地区的成员所网络及关联机构（统称为“德勤组织”）为财富全球500强企业中约80%的企业提供专业服务。敬请访问www.deloitte.com/cn/about，了解德勤全球约312,000名专业人员致力成就不凡的更多信息。

德勤亚太有限公司（即一家担保有限公司）是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，在亚太地区超过100座城市提供专业服务，包括奥克兰、曼谷、北京、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、大阪、首尔、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

德勤于1917年在上海设立办事处，德勤品牌由此进入中国。如今，德勤中国为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、税务制度及专业人才培养作出重要贡献。德勤中国是一家中国本土成立的专业服务机构，由德勤中国的合伙人所拥有。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media，通过我们的社交媒体平台，了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通讯中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构（统称为“德勤组织”）并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合资格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何（明示或暗示）陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体。

©2020。 欲了解更多信息，请联系德勤中国。

Designed by CoRe Creative Services. RITM0471041

这是环保纸印刷品