



2023

新闻晨报
煜寒咨询
共同发布

中国养老金融产品调研白皮书

2023年8月

每日

免费获取报告

- ✓ 每日微信群内分享**7+**最新重磅报告;
- ✓ 每日分享当日**华尔街日报**、金融时报;
- ✓ 行研报告均为公开版, 权利归原作者所有, 起点财经仅分发做内部学习。



扫一扫二维码 关注公众号 回复：“**研究报告**” 加入“起点财经”微信群

前言

随着我国经济实力和人民生活水平的发展和进步，我国的老龄化问题逐渐凸显。目前，我国已经进入了人口老龄化阶段，根据国家统计局2023年发布的人口调查数据显示，我国60岁及以上的老年人口达到2.8亿，占总人口的19.8%。老年人口占比逐渐增加，年轻人口占比在减少，社会老年人口抚养比例上升，养老负担成为了一大挑战，我国老龄化社会也出现了“未富已老”和“未备已老”的特点。

在此背景下，养老金融逐渐受到消费者的关注和重视。对此，除去政府的一系列政策支持外，各银行、保险等金融机构也纷纷对此进行布局，力求养老与金融进行结合，积极探索养老金融服务的发展路径与产品。养老金融市场不断发展，各金融机构相继推出更多种类的养老金融产品，以求更好地满足消费者的养老需求。

本次调研由新闻晨报联合上海煜寒信息共同进行，面向养老金融机构及养老金融产品测评调研，通过对金融机构和保险公司所推出的养老金融产品的收益水平、稳定性、多样性等方面进行评估，最终形成此调研报告。

同时，为了追求测评结果的客观、公正，在通过对1254名消费者进行问卷调研的数据基础上，我们进一步搜集整理各家金融机构公开披露的信息，交叉对比，综合打分，得出养老金融最终测评结果。

目录

01 | 养老观念及养老准备

02 | 个人养老金分析

03 | 银行机构的测评分析

04 | 保险机构的测评分析



核心结论

消费者对未来养老收入普遍存在担忧状况。不同的年龄段担心程度也不同，且年轻消费者的焦虑感相对于年长人群更甚。

消费者预估未来可满足自身的养老资金需求为**120万**。

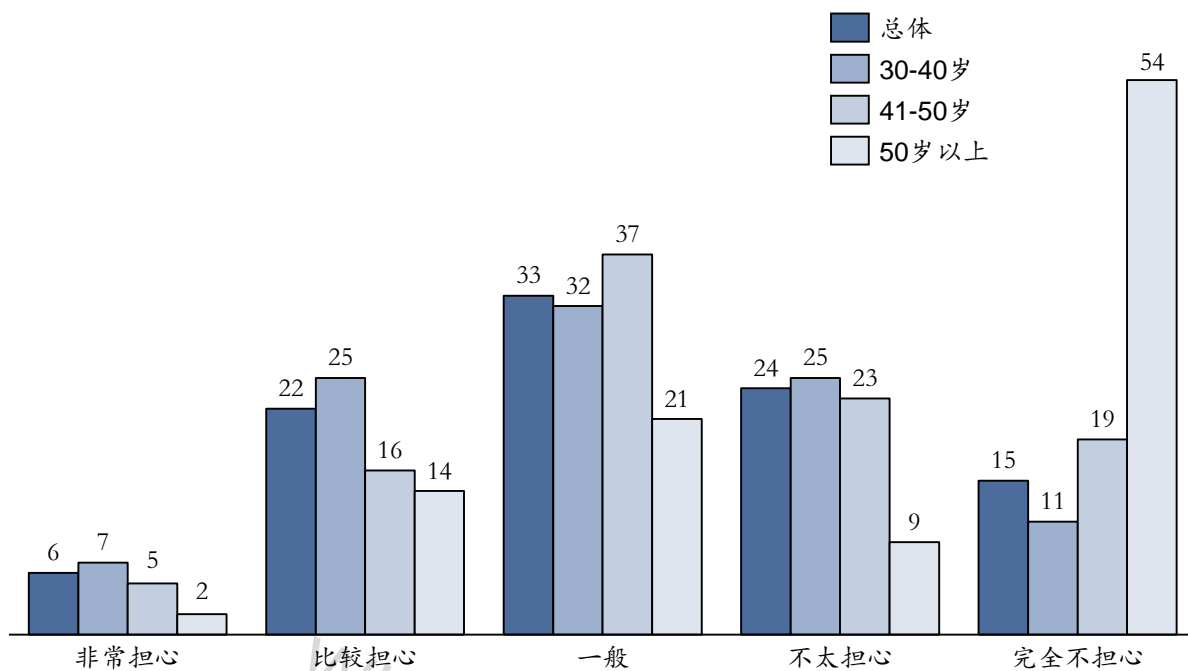
消费者所购买的养老金融产品占个人资产比重整体约为**24%**，其所购产品银行理财居多。养老金融产品的整体市场需求度较大，消费者的投入比重也在逐渐增加，在银行理财类产品和基本养老保险中的投入比重较多，养老产品市场不断发展。

消费者对养老金融产品有一定的风险承受能力。其主要以阶段性承受**10%**以内的亏损为主。

消费者在选择养老金融产品主要以自我规划为主，同时也会依托专业的机构协助选择。其规划的方式主要以社保养老和购买养老产品为主，单靠子女赡养的观念已逐渐转变。

养老金融产品的收益率、产品介绍清晰度和产品种类等方面需重点引起关注。

年轻消费者养老焦虑感初现，焦虑程度远超上一代



不同年龄段对未来养老收入的担心情况

消费者对未来养老收入的具体担心情况

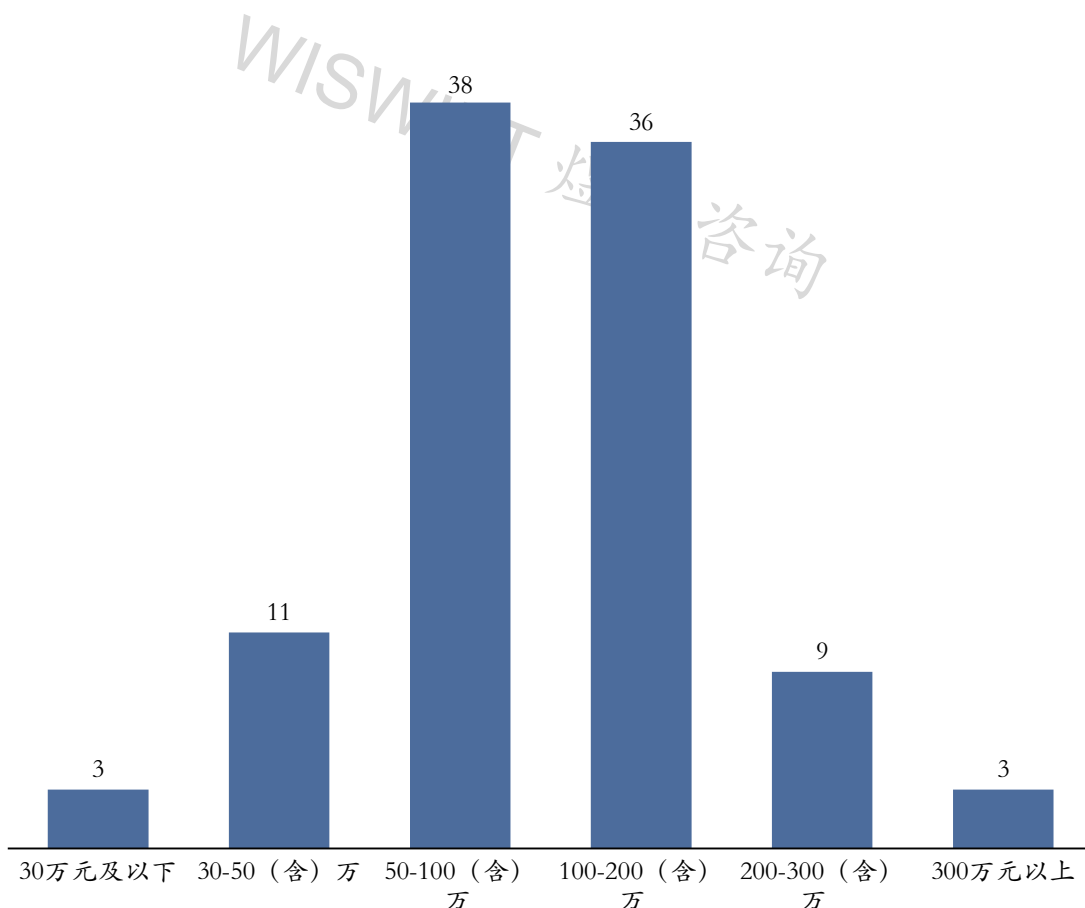
调研显示消费者对未来养老收入普遍担忧。对于不同年龄段来说，年龄越大，对未来养老收入的担心程度越低。相反，年轻消费者对于未来的养老收入情况担心程度较高。出现这种情况的部分原因是年长消费者对养老的规划时间较长，且已有一定的养老储备。而在如今的社会大环境下，年轻消费者面临父母和自身两方面的养老压力，焦虑程度远超上一代。

未来可满足自身养老需求资金预计模糊，总体水平约为120万

消费者预期未来可满足自身养老需求的资金情况

目前，消费者对未来养老资金需求总量没有明确的概念。大部分消费者主要期望的养老资金需求在50万-200万元之间，消费者预期未来可满足自身养老需求的资金总量均值约为120万元左右。其中有38%的人预期未来可满足自身养老需求资金总量在50万-100万元之间，36%的人预期满足自身养老需求资金总量在100万-200万之间。

预期未来可满足自身养老资金需求的情况 (%)

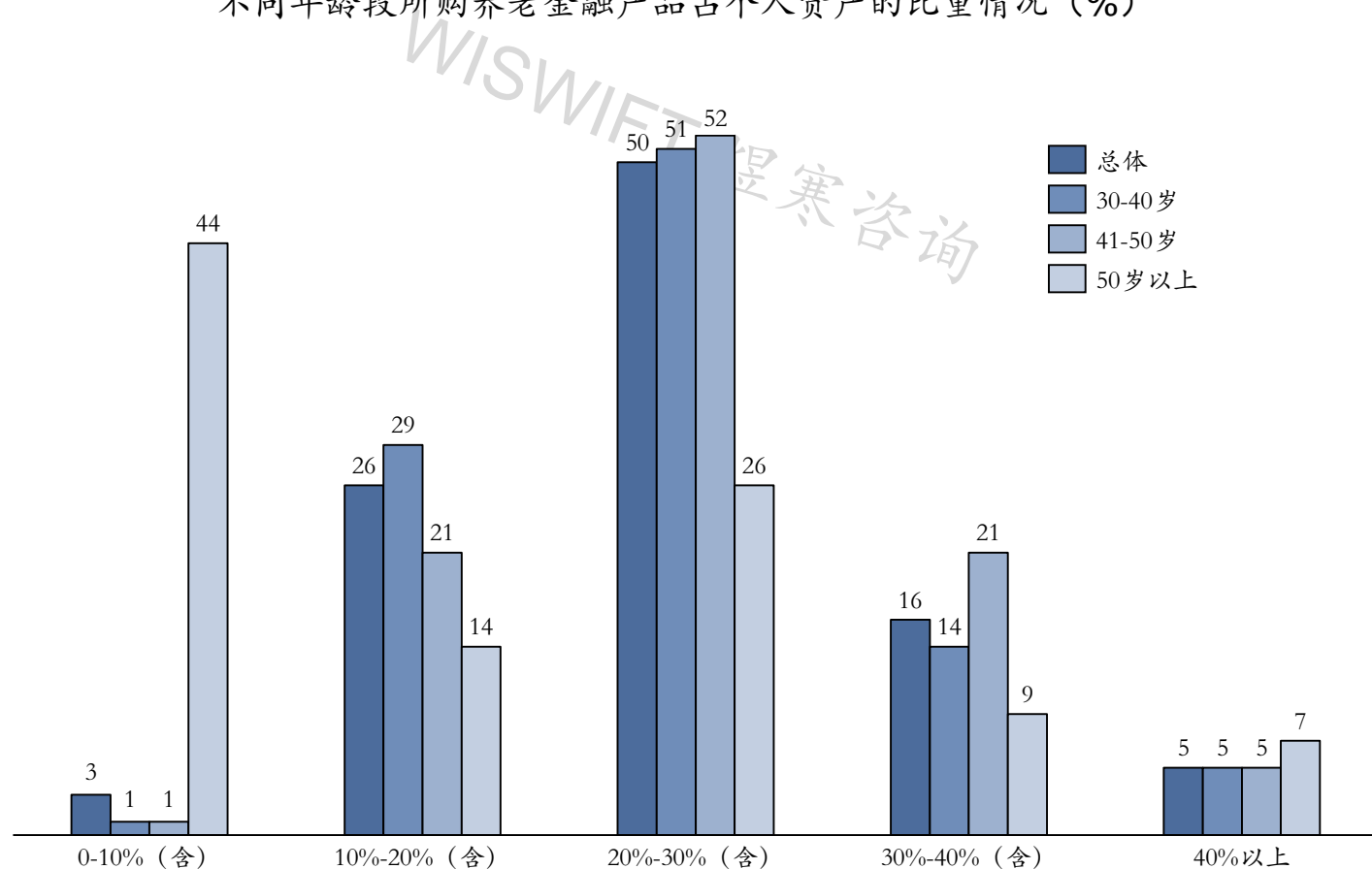


养老金融产品市场需求度大，消费者对养老金融产品投入比例高

消费者在购买养老金融产品后，其占个人资产的比重

根据调研结果显示，消费者所购的养老金融产品所占比重整体为24%，其中50%左右的消费者购买的养老金融产品占个人资产比重在20%-30%之间。从年龄段方面看，养老金融产品占个人资产的比重在1-10%的以50岁以上的消费者为主，而30-50岁之间的消费者养老金融产品的占比远超50岁以上的消费者。这也反映出青壮年消费者养老意识在增强，对养老金融产品的需求也不断增加。

不同年龄段所购养老金融产品占个人资产的比重情况 (%)

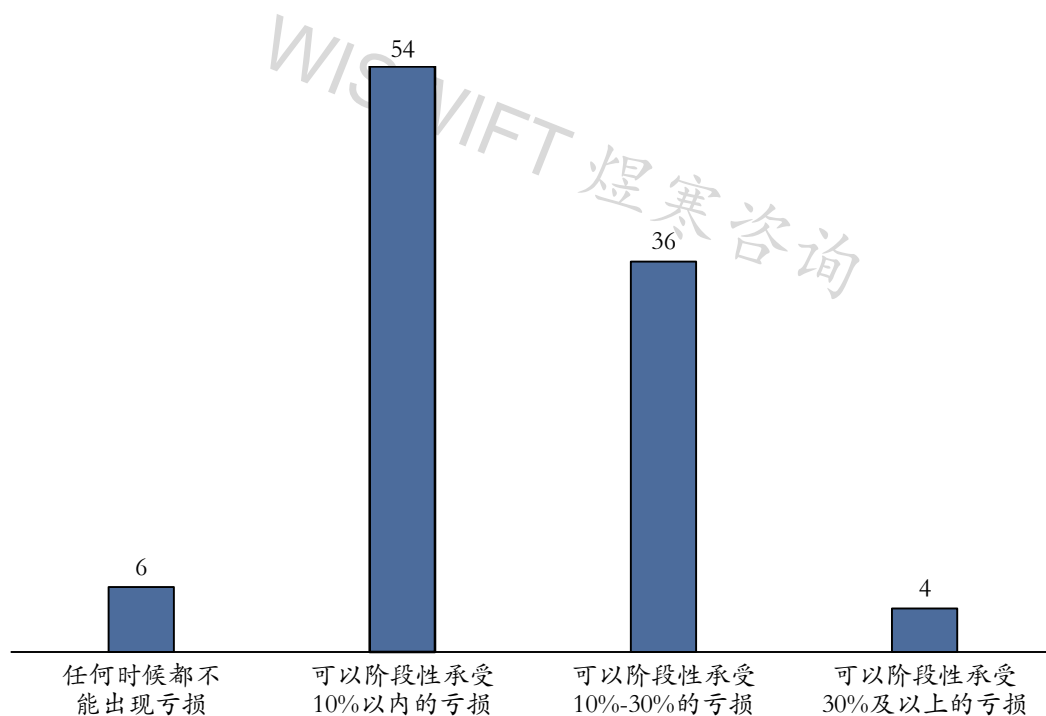


消费者对养老产品有一定的承受风险能力

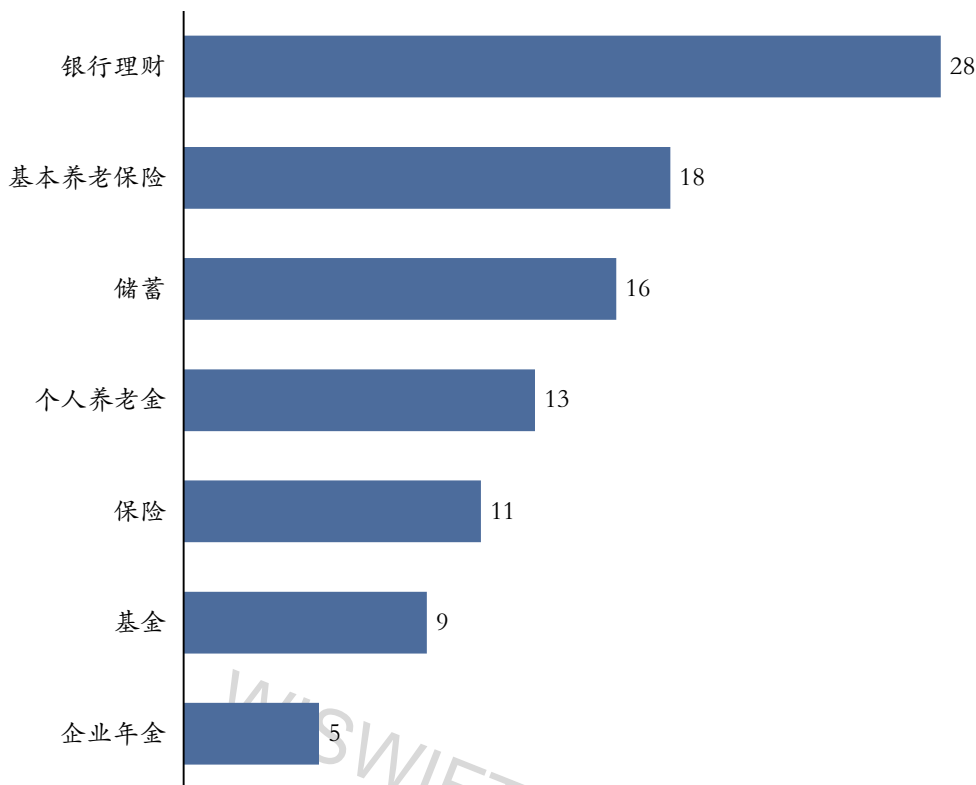
消费者对养老产品的风险承受能力

根据调研结果，消费者可以阶段性承受一定的亏损。占比为54%的消费者对养老产品的风险承受能力为阶段性承受10%以内的亏损，可以承受10%-30%以内的亏损的消费者，占比为36%。

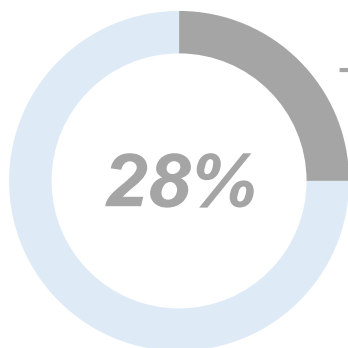
养老产品的风险承受能力情况 (%)



银行理财类养老金融产品市场更受消费者青睐， 保险类产品有待提高



所购养老金融产品投入占比情况 (%)



银行理财

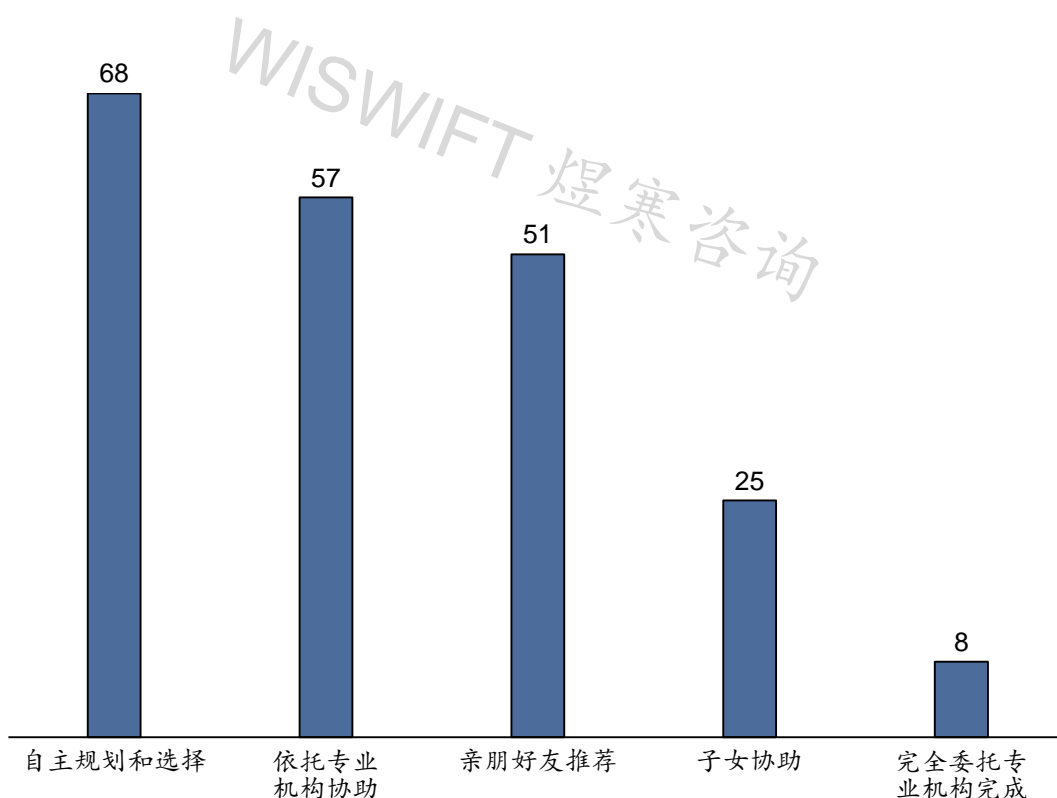
根据调研结果，消费者所购的养老金融产品占比最高的为银行理财，所占比重为28%，其次是基本养老保险，占比为18%，之后是储蓄和个人养老金，分别占比16%和13%。大部分消费者更偏向选择银行理财和基本养老保险，保险类金融产品有待进一步深耕。

消费者对于养老金融产品的选择有更多的自我规划意识，但仍离不开专业机构协助

消费者选择养老金融产品的主要途径

68%的消费者通过自主规划来选择养老金融产品，其次是依托专业机构协助和亲朋好友的推荐，分别占比57%和51%。随着消费者养老观念的提升，更多消费者倾向于自主选择养老产品的，同时也会参考专业机构和亲朋好友的推荐。

选择养老金融产品的主要途径（%）

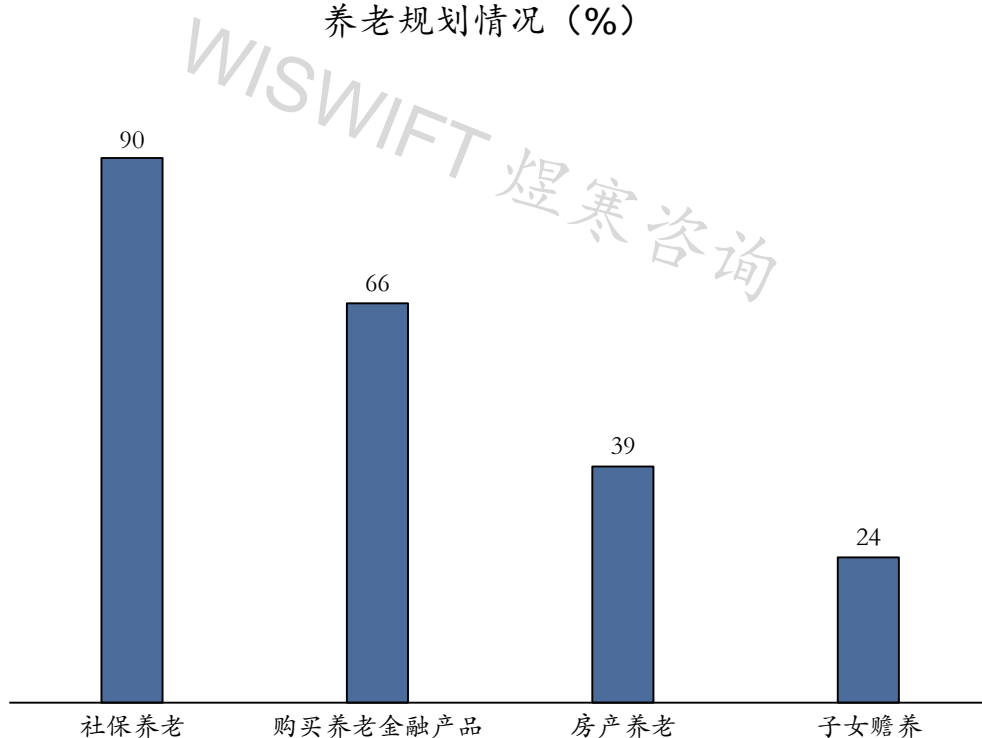


购买养老金融产品的养老方式逐渐凸显，多数人不再寄希望于子女养老

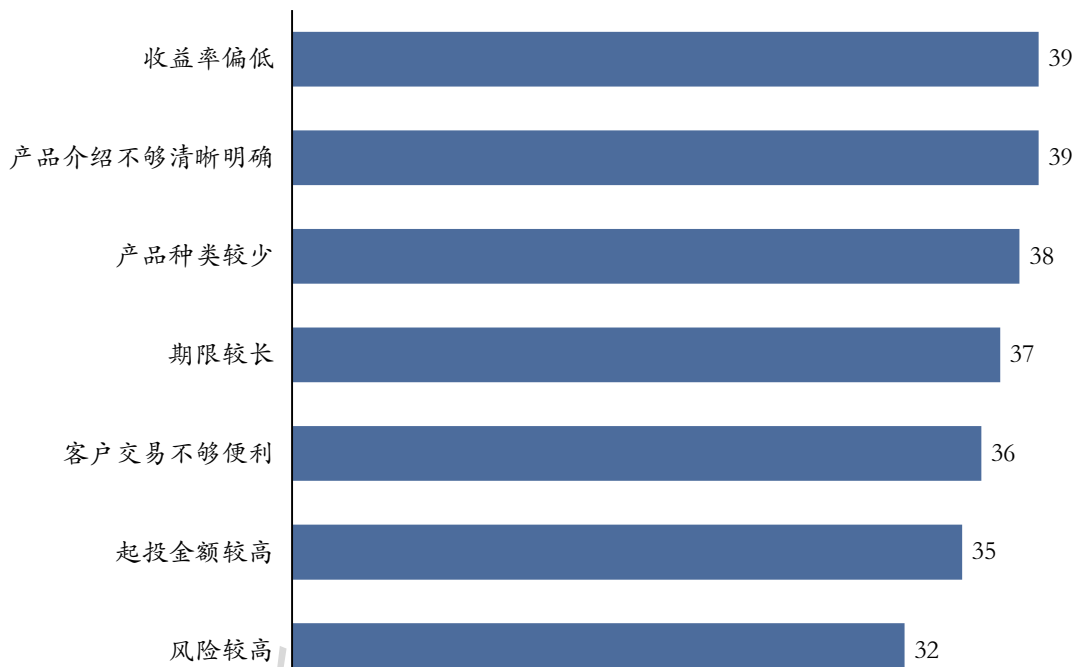
消费者对于未来的养老规划情况

除社保养老外，消费者在做养老规划时，大部分选择购买养老金融产品的方式，占比达到66%，只有24%的人选择以子女赡养的方式来进行。由此可以得出，养老金融市场发展仍有较大的前景，随着人口老龄化的加深，消费者对养老需求的增加，养老金融产品也逐渐受到消费者的青睐。

养老规划情况 (%)



收益率仍是影响消费者决策的核心，产品介绍清晰 度仍待加强



养老金融产品所存在的问题情况 (%)

产品种类少

产品介绍不够清晰明确

收益率
偏低

消费者认为目前养老金融产品普遍存在一些问题，其中收益率偏低、产品介绍不够清晰明确和产品种类较少等提及率较高。建议金融机构更多地关注此类问题，增加对产品的详情介绍，扩充养老金融产品种类，提高养老金融产品满意度。

目录

01 | 养老观念及养老准备

02 | 个人养老金分析

03 | 银行机构的测评分析

04 | 保险机构的测评分析



核心结论

个人养老金政策已被大多数消费者熟知并开设。有接近一半的消费者了解并开设养老金融账户，其中大部分消费者主要用其进行退休养老，其次用于投资理财。

消费者个人养老金的每年支付金额主要在4000元左右。

银行理财和储蓄存款为消费者使用个人养老金的主要选择。

消费者的风险承受能力主要以稳健型为主。

个人养老金账户政策已被多数消费者熟知且接受

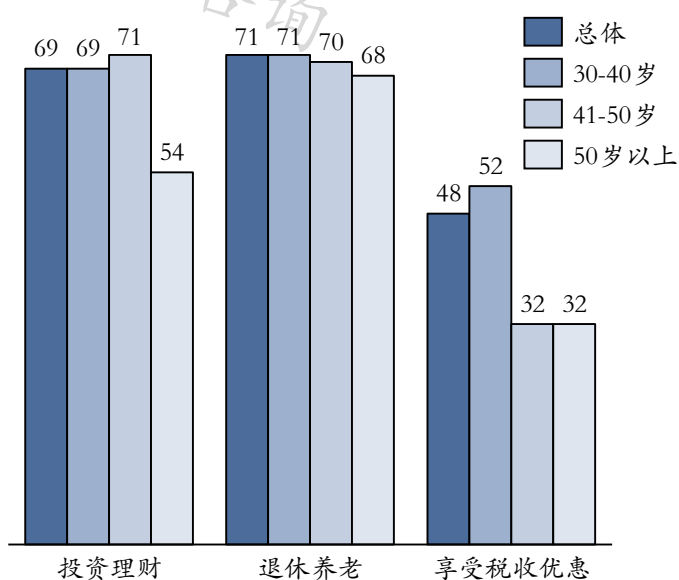
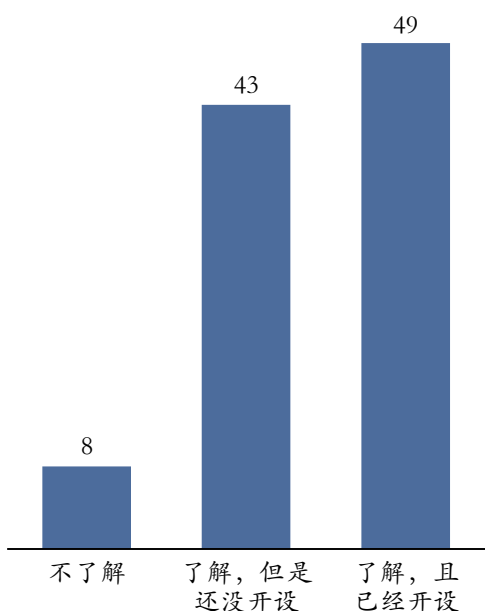
个人养老金开设情况及目的

开设情况：有接近一半的消费者了解并且开设了养老金账户，反映出目前消费者对个人养老逐步重视的现象，但仍有43%了解此政策的消费者在观望。

开设目的：大部分消费者开设养老金融账户主要用于退休养老，占比71%，其次是为了进行投资理财，占比69%。享受税收优惠也是消费者考虑开设个人养老金账户的主要原因。从年龄段方面看，相较于40岁以上的消费者，30-40岁之间的消费者选择开设个人养老金账户时更看重税收优惠。

个人养老金账户的了解和开设情况 (%)

开设个人养老金账户的目的 (%)

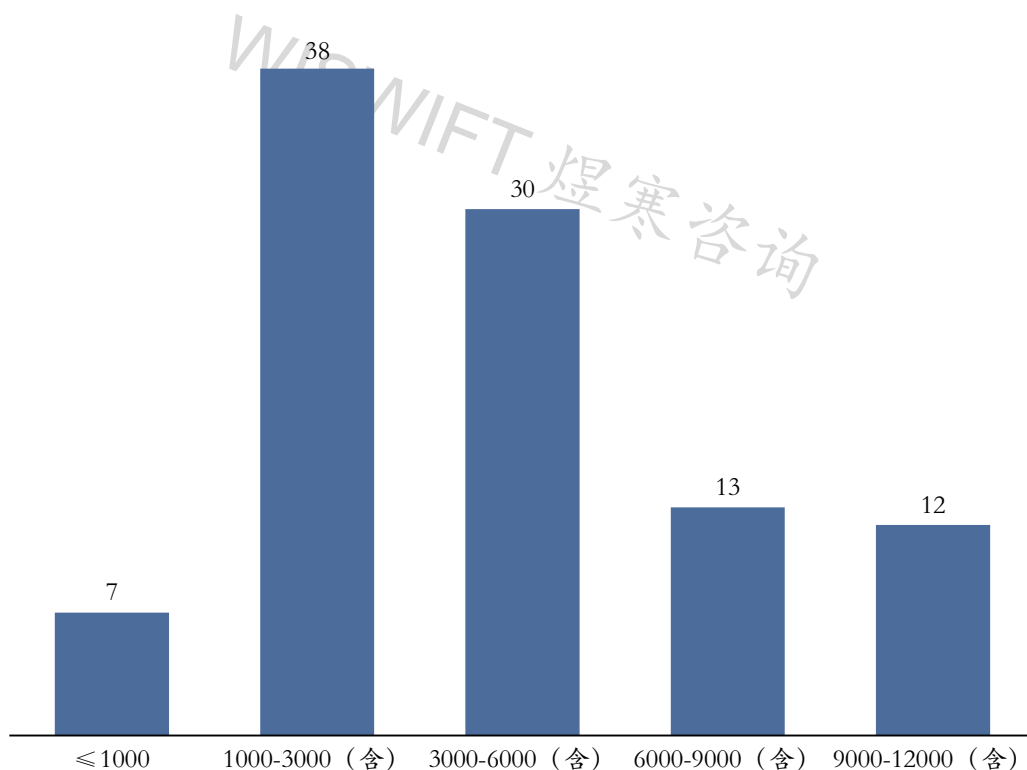


个人养老金的每年支付金额主要分布于1000-6000元之间

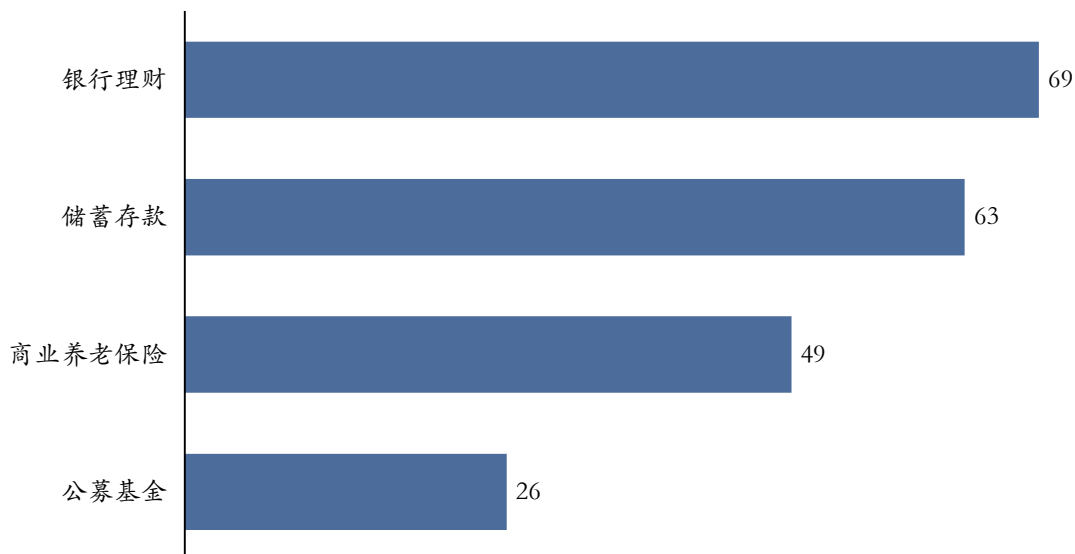
个人养老金的每年支付金额

对于个人养老金账户的支付金额，其总体均值约为4000元，支付金额主要集中在1000-3000元和3000-6000元之间，占比分别为38%和30%，大部分消费者的个人养老账户支付金额集中在1000-6000元之间。

个人养老金支付金额情况 (%)



银行理财和储蓄存款成为消费者个人养老金的主要使用途径



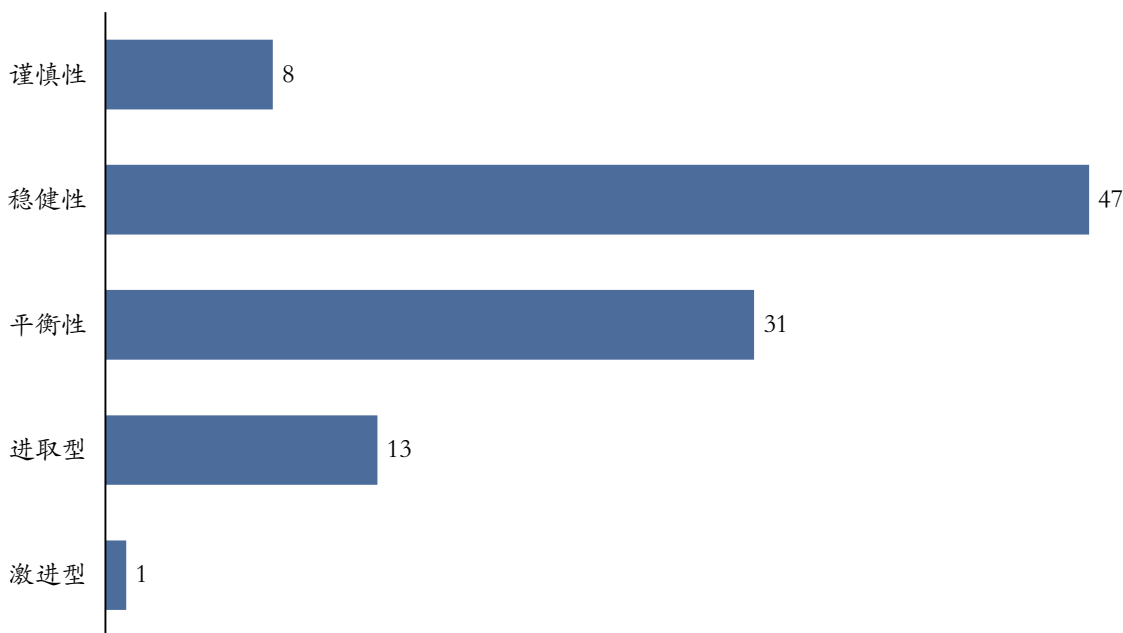
个人养老金的主要使用途径 (%)

银行理财

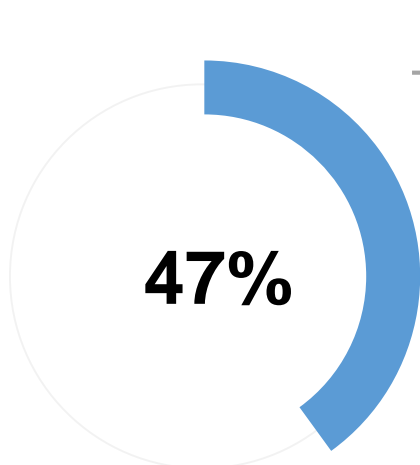
69%

根据调研结果，消费者的个人养老金主要用于银行理财和储蓄存款，分别占比69%和63%，其次是用于商业养老保险，占比为49%。银行理财和储蓄存款逐渐成为了广大消费者的主要选择。

多数消费者的风险承受能力普遍趋于稳健性



投资养老产品的风险类型情况 (%)



稳健型

消费者在进行养老金融产品投资时，主要趋向于稳健型产品，占比为47%，其次是平衡型产品，占比为31%。广大消费者在选择养老产品时普遍趋向于稳健保守，以求未来有更稳定、可观的养老收入。

目录

01 | 养老观念及养老准备

02 | 个人养老金分析

03 | 银行机构的测评分析

04 | 保险机构的测评分析



核心结论

消费者在选择养老金融产品时，将收益水平、收益稳定性和存取灵活性视为关键考虑因素。

消费者光大理财、交银理财和工银理财的养老金融产品总体体验感较好。其总体满意度分别排名前三，且光大理财满意度最高，位列第一。

银行养老金融机构的品牌形象中，“值得信赖”“高效”和“专业”这三方面更得消费者认可。消费者对建信理财和工银理财的信赖度较高，兴银理财在高效化方面表现较好，同时，建信理财在产品的专业程化度方面表现较好。

消费者在对未来养老金融产品的选择中，工银理财和中银理财的选择率较高，更受消费者青睐。对于银行养老金融产品，消费者的购买偏好大多集中于工银理财、中银理财、交银理财和招银理财中，而贝莱德建信理财在养老金融产品的推广、服务等方面还有很大的改善空间。

选择养老金融产品时，消费者将收益水平、收益稳定性和存取灵活性视为关键

养老金融产品满意度重要性排名：

从重要性来看，产品的收益水平、产品收益的稳定性和产品存取灵活性是消费者购买养老金融理财产品的前三个关键考虑因素。

银行养老金融产品满意度重要性排名

满意维度	重要性排名
产品的收益水平	1
产品收益的稳定性	2
产品存取灵活性	3
产品种类的多样性	4
产品信息透明度	5
产品费用满意度	6
产品交易的便利性	7
产品投资期限	8
产品适老化程度	9

01

产品的收益水平

02

产品收益的稳定性

03

产品存取灵活性

消费者购买养老金融产品主要是希望通过投资获得可观的回报，以增加养老金储备。在目前市场上，存在多种养老金融产品供消费者选择，而收益水平就成为比较不同产品回报潜力的关键指标，有助于消费者做出最佳的投资决策。

稳定的产品收益对于保障消费者的经济安全至关重要，养老金融理财产品的稳定性与风险管理密切相关，稳定的收益表现通常意味着产品具有相对较低的波动性和较好的风险控制机制，有助于保护消费者的资产免受市场剧烈波动和重大风险的影响。

养老理金融产品通常具有较长的封闭期，因此，存取灵活性成为重要考虑因素。存取灵活的产品能够避免资金长期锁定，允许消费者灵活地调整投资策略和配置，以把握市场机会并适应不断变化的投资环境。

消费者对光大理财、交银理财和工银理财的养老金融产品总体体验感较好

银行养老金融产品的总体满意度分析

根据调研数据显示，光大理财、交银理财和工银理财在银行养老金融产品中的总体满意度分别位列前三，消费者满意度总体较高；其中光大理财的满意度排名最高，位列第一，其次是交银理财和工银理财。招银理财和贝莱德建信理财排名较后，在养老金融产品方面还有较大改善空间。

银行养老金融产品总体满意度排名

银行	排名
光大理财	1
交银理财	2
工银理财	3
兴银理财	4
中邮理财	5
建信理财	5
中银理财	5
农银理财	8
招银理财	9
贝莱德建信理财	10

银行养老金融产品满意度各有千秋

银行养老金融产品的细分满意度分析

从细分满意度来看，交银理财在产品交易的便利性和产品存取灵活性上表现出色；中邮理财在产品的收益水平和产品投资期限方面有一定优势；中银理财产品种类的多样性最受消费者欢迎；在产品投资期限上，中邮理财和兴银理财更受消费者欢迎，同时工银理财也具备一定优势。

此外，根据消费者反馈，一些银行养老金融产品还有改进的空间。具体而言，农银理财在产品存取的灵活性上的满意度相对较低，可能需要采取措施以提升其灵活性；招银理财可就产品的投资期限进一步优化产品；建信理财在产品费用方面的满意度相对较低，可能需要审视费用结构并进行调整；另外，兴银理财在产品的适老化程度方面的满意度相对较低，建议加强针对老年客户的产品设计和服务改进。

银行养老金融产品细分满意度

养老金融产品满意度	交银理财	光大理财	中邮理财	建信理财	兴银理财	工银理财	中银理财	农银理财	招银理财	贝莱德建信理财
产品收益的稳定性	100	88	0	36	84	50	29	67	43	31
产品交易的便利性	94	51	19	80	32	38	51	32	44	-6
产品信息透明度	32	48	75	80	-13	70	60	50	0	82
产品适老化程度	69	94	44	82	-6	69	19	69	25	36
产品的收益水平	-13	61	73	38	82	19	-13	63	7	40
产品种类的多样性	22	10	44	30	40	44	82	-5	25	-31
产品投资期限	18	32	57	10	75	63	3	18	7	-6
产品存取灵活性	75	38	-5	12	32	15	57	-25	59	-25
产品费用	54	40	44	-13	32	59	59	-9	8	82
平均分	50	51	39	39	40	47	39	29	24	23

“值得信赖”“高效”和“专业”是消费者对银行养老金融机构的首要印象

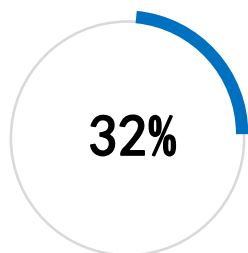
各银行养老金融机构的品牌形象分析

交银理财的产品力表现突出，然而在“高效”和“便利性”方面仍有提升空间；光大理财在创新性方面表现较为突出，但消费者对其“亲切/亲和”、“服务周到”和“便利”维度的感知较弱；

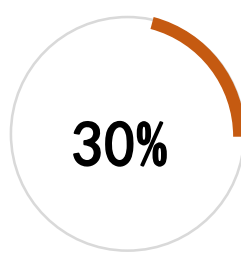
消费者对建信理财的第一印象是专业和值得信赖；工银理财产品在消费者心中具备可信赖和亲切的形象，然而在专业性和产品多元化方面仍有进一步提升的空间；消费者对农银理财在亲切性和可信赖性方面的形象感知相对较弱。

银行养老金融机构品牌形象

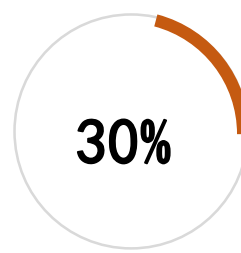
品牌形象	总体	交银理财	光大理财	中邮理财	建信理财	兴银理财	工银理财	中银理财	农银理财	招银理财	贝莱德信理财
值得信赖	32%	-3%	2%	1%	7%	-15%	7%	-2%	-5%	-6%	-1%
高效的	30%	-5%	1%	-15%	2%	6%	1%	1%	1%	-2%	1%
专业的	30%	4%	-3%	-5%	10%	-7%	-5%	3%	4%	2%	-11%
产品多元化	29%	4%	1%	-5%	/	-1%	-7%	8%	-2%	/	-4%
亲切/亲和	29%	-1%	-6%	4%	1%	-1%	5%	2%	-9%	6%	2%
服务周到	29%	-1%	-5%	2%	-3%	1%	2%	5%	-2%	-2%	-10%
产品出众	28%	10%	-2%	1%	4%	-11%	-1%	-3%	2%	-4%	-1%
创新的	27%	2%	5%	/	-3%	1%	-1%	2%	-2%	-6%	1%
稳健的	27%	3%	/	4%	4%	1%	/	-2%	-1%	-1%	-2%
便利的	27%	-6%	-5%	-5%	3%	-10%	4%	/	1%	7%	-14%
客户至上	27%	-1%	2%	-9%	-4%	7%	5%	-5%	/	-1%	4%



值得信赖.



高效的.



专业的.

中银理财的产品多元化形象最为突出，此外消费者对
其服务的评价也较高，认为服务更周到；

招银理财给用户留下亲切和便利的印象，但在“值得信
赖”和“创新”方面需要加强；

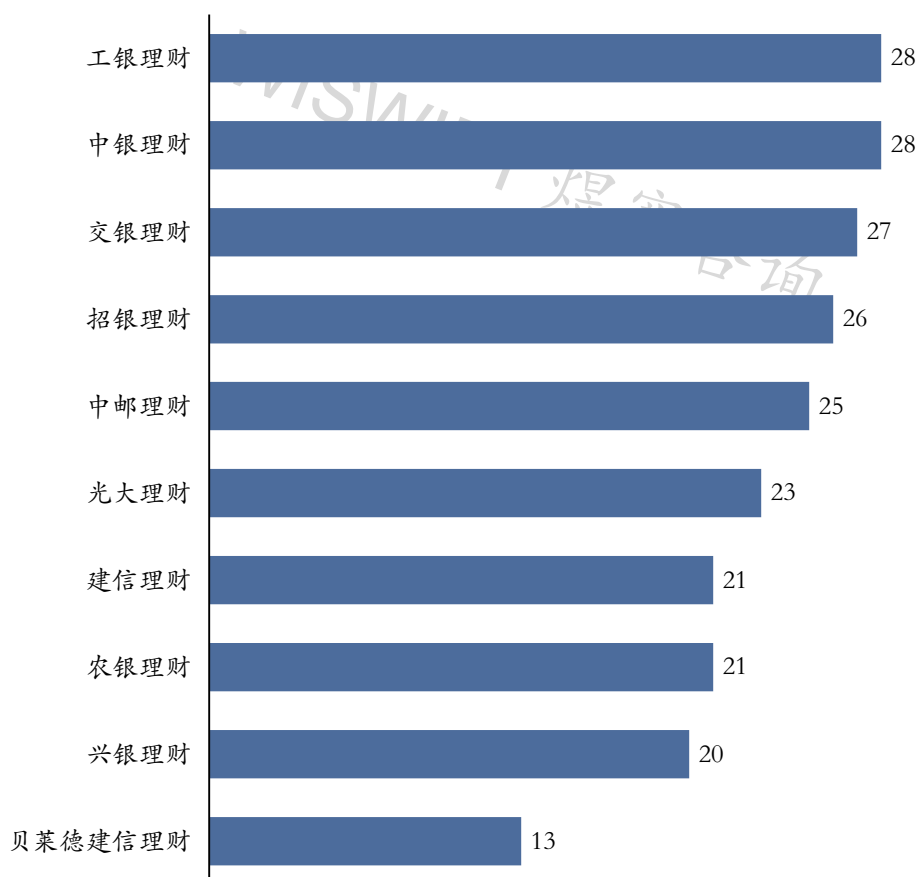
综合来看，消费者对中邮理财、兴银理财和贝莱德建信
理财的认知度相对较低，其中，兴银理财给消费者带来“高
效”、“客户至上”的体验，但在可信度、便利性上有提升
空间。

银行养老金融产品多样，工银、中银表现突出

未来银行养老金融产品购买偏好

总体来看，在未来产品的购买选择上，工银理财、中银理财、交银理财和招银理财更受消费者欢迎。这些银行在养老金融领域享有较高的品牌知名度和良好的市场声誉，更容易吸引消费者的关注和信赖。

未来银行养老金融产品购买偏好情况（%）



目录

01 | 养老观念及养老准备

02 | 个人养老金分析

03 | 银行机构的测评分析

04 | 保险机构的测评分析



核心结论

消费者普遍对中国人民人寿保险机构的养老金融产品满意度评价较高。中国人民人寿保险满意度排名最高，位列第一，其次是中国人寿保险和泰康人寿保险，分别排名第二和第三。

保险机构的养老金融产品中产品收益水平、产品收益稳定性和产品种类的多样性满意度排名较高。产品的投资期限和产品信息透明度方面还有待进一步提高。

保险养老金融机构的品牌形象中，多元化、高效、专业和稳健的形象更受消费者认可。

在对未来保险机构的养老金融产品选择中，中国人民人寿更受消费者欢迎。同时中国人寿和中国太平洋人寿保险排名也相对靠前，其在行业内的声誉和市场稳定性较高，消费者对其信任度较高。

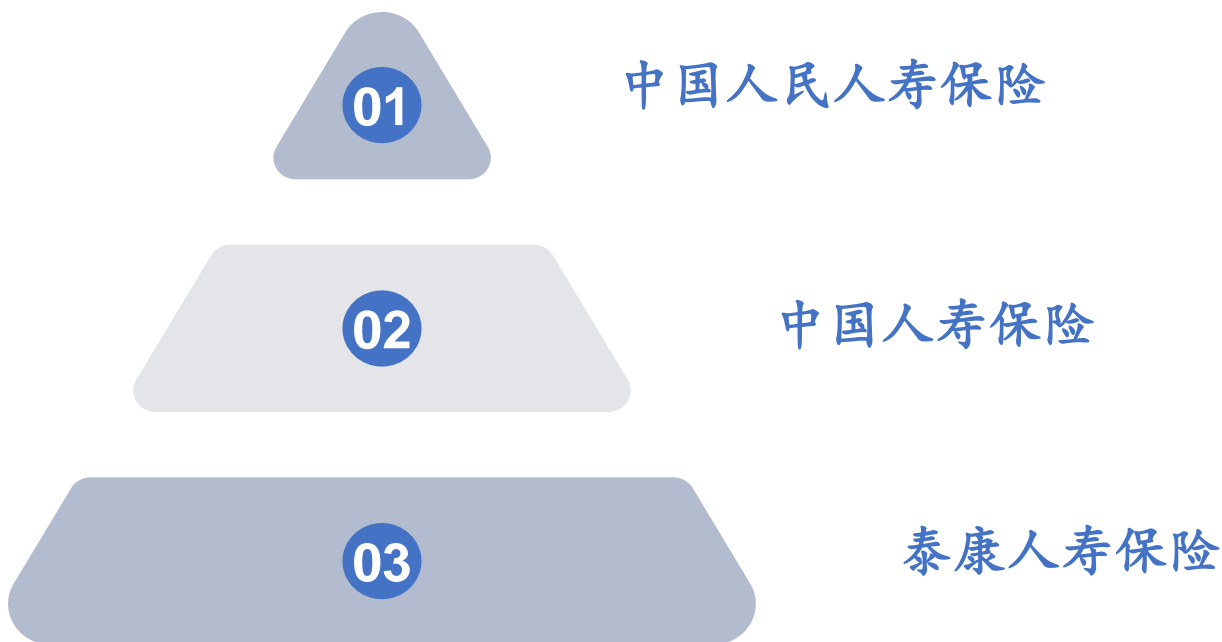
中国人民人寿、中国人寿和泰康人寿保险机构 更受消费者欢迎

保险机构养老金融产品的总体满意度分析

根据调研结果显示，中国人民人寿保险的满意度最高，位列第一，其次，消费者对中国人寿保险和泰康人寿保险的满意度也较高，分别排名第二和第三。

保险机构养老金融产品表现

保险	排名
中国人民人寿保险	1
中国人寿保险	2
泰康人寿保险	3
太平人寿保险	4
太平养老保险	5
国民养老保险	6
交银人寿保险	7
新华人寿保险	8
工银安盛人寿保险	9
阳光人寿保险	10
友邦人寿保险	11
农银人寿保险	12
建信人寿保险	13



此外，太平人寿保险和太平养老保险的满意度水平也较高，而其他保险公司养老金融产品满意度排名较后，其中相互人寿、中国太平洋人寿保险、泰康养老保险、建信人寿保险和农银人寿保险在养老金融产品方面需要进一步优化，以更好的提升客户满意度。

各保险机构养老金融产品满意度各具特点

保险机构养老金融产品的细分满意度分析

从产品的收益水平角度来看，消费者对中国人寿保险、太平人寿保险和泰康人寿保险的满意度较高，而新华人寿保险，中国太平洋人寿保险和农银人寿保险满意度均低于总体水平；

针对产品收益的稳定性，中国人民人寿保险、太平人寿保险、太平养老保险和泰康养老保险具备一定优势；而交银人寿保险和工银安盛人寿保险则值得进一步优化。

保险机构养老金融产品细分满意度

养老金融满意度	总体	中国人寿保险	中国人寿保险	泰康人寿保险	太平人寿保险	太平养老保险	国民养老保险	交银人寿保险	新华人寿保险	工银安盛人寿保险	阳光人寿保险	友邦人寿保险	农银人寿保险	建信人寿保险	泰康养老保险	中国太平洋人寿保险	相互人寿
产品的收益水平	92%	3%	5%	8%	5%	-2%	5%	-2%	-12%	-9%	-2%	-2%	-18%	5%	5%	-8%	-2%
产品收益的稳定性	92%	5%	4%	-2%	5%	6%	-2%	-9%	1%	-19%	-2%	-2%	-5%	-5%	5%	-4%	-5%
产品种类的多样性	92%	1%	2%	8%	4%	1%	5%	1%	-5%	-5%	-5%	-5%	-5%	-2%	-2%	5%	1%
产品交易的便利性	91%	5%	4%	-1%	3%	2%	-18%	-14%	-8%	-8%	6%	2%	3%	-8%	6%	-3%	2%
产品存取灵活性	91%	5%	/	-4%	2%	-6%	6%	-4%	6%	-8%	9%	-1%	6%	-8%	-4%	3%	-11%
产品适老化程度	91%	7%	-3%	2%	5%	-8%	-4%	6%	6%	6%	2%	-11%	3%	-14%	2%	-10%	-4%
产品费用满意度	91%	3%	-1%	-1%	3%	-3%	-1%	-4%	2%	-8%	9%	-4%	3%	-8%	-1%	-3%	-4%
产品投资期限	89%	5%	-1%	-6%	4%	1%	4%	1%	1%	1%	1%	-12%	-8%	-6%	-2%	-1%	-6%
产品信息透明度	89%	4%	4%	-2%	5%	-1%	8%	8%	-6%	-9%	-6%	-2%	-12%	8%	1%	-11%	-9%

保险公司	突出的形象			可进一步强化的形象		
中国人民人寿保险	产品多元化	稳健的	专业的	客户至上	/	/
中国人寿保险	产品出众	专业的	高效的	亲切/亲和	客户至上	服务周到
泰康人寿保险	创新的	便利的	稳健的	产品出众	值得信赖	专业的
太平人寿保险	高效的	/	/	产品出众	值得信赖	稳健的
太平养老保险	高效的	专业的	稳健的	产品出众	服务周到	客户至上
国民养老保险	稳健的	创新的	/	高效的	产品多元化	/
交银人寿保险	客户至上	高效的	服务周到	稳健的	专业的	产品多元化
新华人寿保险	亲切/亲和	值得信赖	客户至上	高效的	产品多元化	专业的
工银安盛人寿保险	值得信赖	便利的	专业的	稳健的	高效的	产品出众
阳光人寿保险	服务周到	亲切/亲和		专业的	产品出众	高效的
友邦人寿保险	客户至上	产品出众	值得信赖	产品多元化	便利的	稳健的
农银人寿保险	值得信赖	服务周到	/	产品多元化	高效的	专业的
建信人寿保险	值得信赖	/	/	稳健的	高效的	/
泰康养老保险	稳健的	便利的	/	值得信赖	专业的	高效的
中国太平洋人寿保险	稳健的	客户至上	亲切/亲和	专业的	高效的	产品出众
相互人寿	服务周到	亲切/亲和	值得信赖	高效的	创新的	专业的

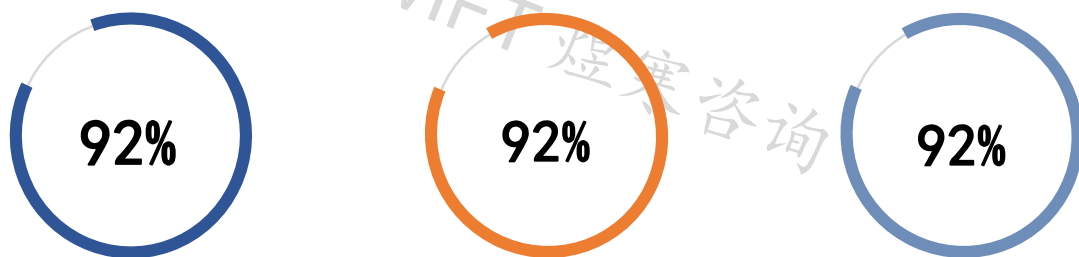
在产品种类的多样性方面，泰康人寿保险和中国太平洋人寿保险表现突出；阳光人寿保险和友邦人寿保险的满意度相对较低。

谈到产品交易的便利性，消费者更青睐中国人寿保险、泰康养老保险和阳光人寿保险；国民养老保险、新华人寿保险、交银人寿保险、工银安盛人寿保险和建信人寿保险在产品交易的便利性方面仍有优化空间。

从产品存取灵活性来看，国民养老保险、新华人寿保险、阳光人寿保险和农银人寿保险的满意度较高；太平养老保险、泰康人寿保险、泰康养老保险建信人寿保险和相互人寿满意度低于总体水平；

消费者普遍认为中国人民人寿保险、太平人寿保险、新华人寿保险、交银人寿保险和工银安盛人寿保险在适老化程度方面具备较高水平；

在保费满意度方面，阳光人寿在保险表现更突出，中国人寿保险、国民养老保险、交银人寿保险和建信人寿保险在产品信息透明度上更受消费者认可。



产品的收
益水平

产品收益
的稳定性

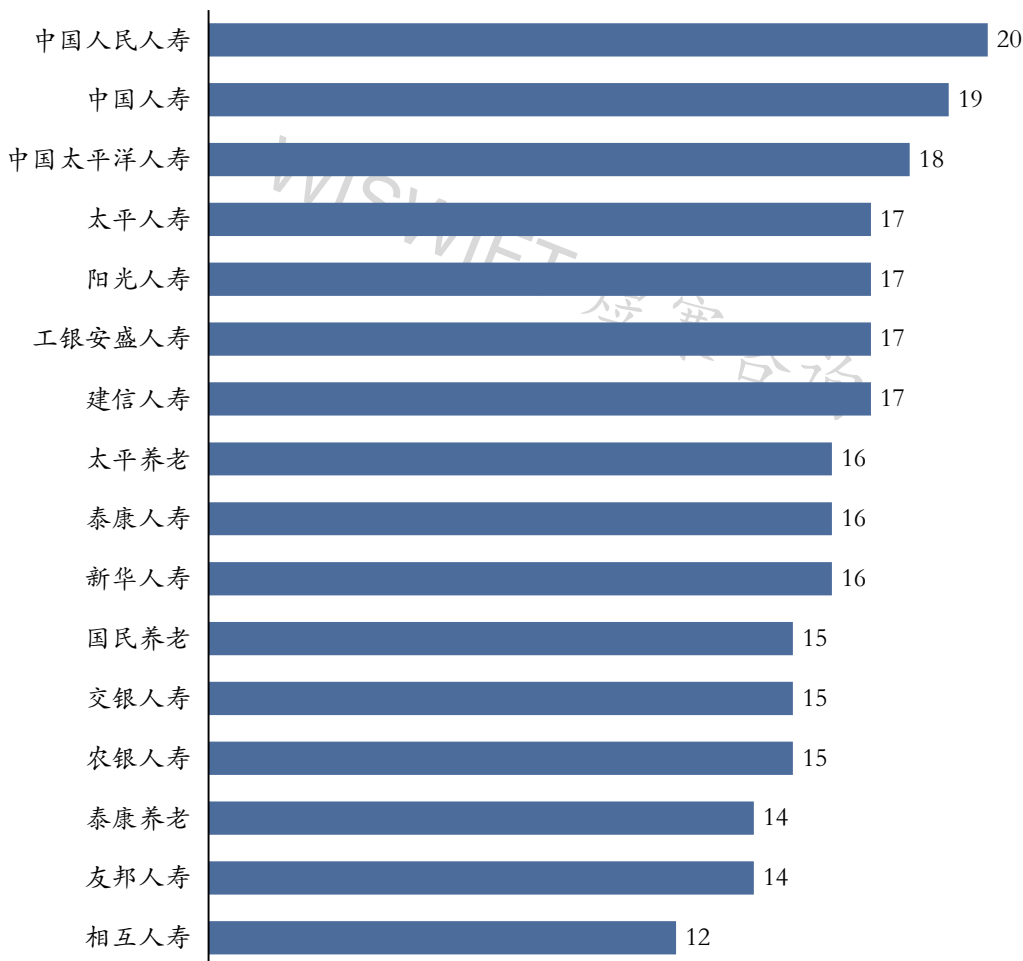
产品种类
的多样性

保险机构的养老金融产品丰富，中国人民人寿、中国人寿和中国太平洋人寿更受消费者青睐

未来保险机构养老金融产品购买偏好

在未来产品的选择上，消费者更偏向购买中国人民人寿，其次是中国人寿和中国太平洋人寿保险。它们在行业中拥有良好的声誉和稳定的市场地位，消费者对其信任度较高。

未来保险机构养老金融产品购买偏好



作者

刘志飞

新闻晨报·周到金融工作室总监

朱春贵

上海煜寒信息技术有限公司总经理、董事

张继洋

上海煜寒信息技术有限公司助理研究总监

路雨凡

上海煜寒信息技术有限公司高级研究员

煜寒咨询

WiSwift煜寒自2008年创立以来，凭借良好的服务与调研能力，不断蓬勃发展壮大至今。

从宏观市场环境研究到产品表现，提供不同维度服务满足您的需求

WiSwift煜寒总部在上海，拥有标准设备的座谈会会议室和监控室。截至目前我们已经构建了从数据采集、处理、分析到商业应用的全链路解决方案。

煜寒全面的行业咨询服务，帮助客户快速成长

我们升级组织架构至产品线+事业部模式，切入数字化赛道，为各行各业客户降本增效赋能。十五年来，我们已经服务了超过300家行业领军者，覆盖快消、家电、金融、零售、科技与互联网、3C、咨询、广告营销等十多个领域。



WISWIFT

煜寒咨询

WISWIFT 煜寒咨询

新闻晨报
煜寒咨询
共同发布

更多信息
欢迎联系煜寒咨询!

marketing.yuhan@wiswift.com

