

保险理财 实务操作



IFP 保险理财师教程编委会 / 编著

Baoxian Licai
Shiwu Caozuo



中南大学出版社

www.csupress.com.cn

保险理财 实务操作



IFP 保险理财师教程编委会 / 编著

Baoxian Licai
Shiwu Caozuo



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

保险理财实务操作/保险理财师教程编委会编著.

—长沙:中南大学出版社,2009

(保险理财师认证系列教材)

ISBN 978-7-81105-909-0

I. 保... II. I... III. 保险-经济师-资格考核-教材
IV. F84

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 096746 号

保险理财实务操作

保险理财师教程编委会 编著

☐ 责任编辑 陈应征

☐ 责任印制 文桂武

☐ 出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-8876770

传真:0731-8710482

☐ 印 装 湖南精工彩色印刷有限公司

☐ 开 本 787 × 1092 1/16 ☐ 印张 13.75 ☐ 字数 281 千字

☐ 版 次 2009 年 6 月第 1 版 ☐ 2009 年 6 月第 1 次印刷

☐ 书 号 ISBN 978-7-81105-909-0

☐ 定 价 28.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

前言

现代意义上的理财规划是在人类进入“金融经济”时代产生并得到发展的。国际上,理财规划师早已被誉为“金领职业”,有着极其广阔的市场需求。发达国家的金融保险产业,为客户提供一体化的理财规划服务和顾问式销售,已日益成为普遍形式。随着中国经济的持续快速发展,人们手中的财富不断增加,个人或家庭的财产日益多样化。人们的理财意识逐渐苏醒,更加重视人身、资产、财富的安全和保障。对客户需求进行客观分析,为客户提供系统化的金融保险理财建议与服务,成为金融保险业发展的主流方向。在中国,理财规划师逐步成为继律师、注册会计师之后,又一个具有广阔发展前景的职业。

在保险领域,大众富裕群体的成长逐渐成为未来市场发展的首要驱动因素,能否为客户有效提供综合理财服务,已是中国保险业竞争的关键环节和发展方向。保险业加强队伍的职业能力和资格建设,打造一支符合市场发展需要的专业化保险理财队伍,是中国保险业实现跨越发展的必由之路。近些年,众多保险企业不断加强理财队伍建设与资格认证方面的工作力度,正是这一趋势和要求的现实写照与必然现象。目前,国内虽存在多个种类的理财认证,但其认证内容一般主要为满足银行、证券等金融业的需求,对保险业的特殊性考虑较少,针对性不强。为此,建立一套即能提供综合金融服务和一体化理财规划建议,又能突出风险管理需求分析和保险规划能力的、具有一定权威地位的保险理财资格认证体系,成为中国保险发展的现实需要。

保险理财是指以保险产品为核心,以其他金融产品为外延,综合运用理财规划的原理、技术、方法和工具,为客户提供全面的理财分析和理财规划服务,并可通过理财顾问式营销方式从事保险及其他理财产品的代理或销售业务。保险理财师工作的最终目标是,在客户既定的条件和前提下,运用专业知识与技能,最大化地满足客户对风险保障、财富保值和增值的期盼及其人生不同阶段的财务需求。为更好地满足行业发展的需要,一项为保险行业量身打造的一套更具针对性、实用性和权威性的理财规划专业人才认证体系的工作同步展开。经过保险实务界和学界一批同仁的共同努力,2009年,一个充分考虑保险行业个性要求的、极富实战意义并主要面向保险全行业的新的认证体系——保险理财师认证项目诞生了,并构建起了一个涵盖从教育培训、资格认证,到系统化资格管理的完备体系。保险理财师实施两级认证制度,即保险理财师(Insurance Financial Planner, IFP)和高级保险理财师(Senior Insurance Financial Planner, SIFP),并实行逐级认证制度。

保险理财是一种强调保险行业应用要求的理财规划服务,即具有普通金融理财的一般性特征,又有着明显的自身个性化特点。尤其是在中国国情条件下,人们的保险意识与理财观念相对滞后,保险从业人员的相关专业素能总体不均衡。因此,保险理财师的认证教育,不仅要完善从业者进行综合理财规划的相关知识结构,全方位提升其家庭财务分析和理财规划建议能力,更要突出其提升其风险需要分析和保险规划技能。并且,认证教育须有很强的实践性,要能够为执业者提供一套可以直接对实战产生指导和借鉴作用的模式和路径。鉴于这一系列要求,保险理财师认证教程(以下简称“教程”)的编著不仅要考虑对知识技能介绍的完备性,更要强调其保险理财特点和易于上手的应用性。因此,教程以系列方式编著,全套由《保险理财基础知识》《保险理财规划技术》和《保险理财实务操作》三本教程构成,分别阐述保险理财涉及的基础理论、专项技术和实务工作。在这套系列教程中,以理论够用为前提,重点培育学习者的规划技术能力和实务工作能力。

系列教程不仅在编著内容与形式上进行了一些新的探索,并在部分基本理论上也有着一定的创新,最突出的是其实战指导价值。具体而言,系列教程的主要内容与特点如下:

教程一《保险理财基础知识》,主要内容为五个部分:第一是“家庭理财概论”,介绍家庭理财的概念、产生与发展、研究的对象,家庭理财目标、原则与观念,以及家庭理财的外部环境。第二是“财务基础知识”,介绍资金的时间价值、资金风险承受度,财务相关知识,以及企业财务报表及其分析。第三是“金融与保险基础知识”,介绍金融市场与金融工具、我国的金融市场体系、金融监管,以及风险与风险管理、保险与保险分类、保险合同、保险市场。第四是“家庭财务报表”,介绍了家庭财务报表的组成与特点,家庭资产负债表的内容与编制,家庭收支表和调整收支表,以及家庭财务状况分析。第五是“家庭理财的流程”,具体为客户关系的建立和管理、财务分析和财务评价、制定理财规划方案、理财规划方案的实施与监控等环节。《保险理财基础知识》的编著特点,突出体现在两个方面:一是依据保险理财实务的主要服务面向和业务特点,着重从家庭理财规划角度和保险从业者的实际需要来组织内容,没有片面求全责备,以实用有效为原则。二是在理论上实现的一定的创新,突出表现在第四部分中关于家庭收支表和调整收支表的相关内容上,克服了过去所有家庭理财书籍都存在的家庭收支表不能严格符合相关财会原理的规范性的问题。

教程二《保险理财规划技术》,是对八个专项规划技术的介绍,并将其整合为四个大的模块,即“科学持家——现金规划、住房和汽车消费规划与教育规划”模块,“有效保障——保险规划与退休规划”模块,“稳健增值——投资规划”模块和“合理节流——税务与遗产规划”模块。《保险理财规划技术》具有以下特点:一是通过进行整合,本教程更加客观地反映了各专项规划的地位和相互关系,明确了其实践应用目标;

二是进一步突出了保险理财的特点,扩充了保险规划等相关技术的介绍,在此过程中,摒弃了其他理财教程对本部分内容说明过于侧重工具介绍的局限,而是将对家庭的保险需求分析和具体规划技术作为核心内容,提升了内容的系统性和应用价值;三是对各专项规划技术的介绍,以进行相关分析与规划的方法、手段、操作流程为重点,并配以相应的专项规划综合案例分析,有利于学习者更好地掌握相关专项规划技术的关键内容和培育其实战操作能力。

教程三《保险理财实务操作》,分为上下两篇:上篇“实务操作”,紧密结合典型的综合案例,从理财实务的四个流程出发,探讨理财规划的全过程操作。下篇“案例分析”,依据多维度进行家庭类型划分,为各种类型家庭提供了一个典型综合案例并分别进行了全面系统的分析。《保险理财实务操作》的突出特点是应用性强、实战指导作用比较明显,主要体现在以下方面:一是对实务操作知识技能的介绍,完全融入到理财规划实战情境当中,以大型典型综合案例为背景,逐项逐步说明实务的各种操作细节和相关知识、技能;二是在对实务操作知识技能的说明过程中,同时提供了大量可直接应用的理财规划实务工具,如各种量表、合同等一系列模板,分析工具,等等;三是为学习者提供了一套较为完备的、极具实战参照借鉴价值的案例库,由于对现实中的各类客户按照家庭生命周期、收入水平和家庭特征等维度进行了较为系统的科学划分,具有较强的全面性和系统性,并分别提供了配有完整分析材料的典型综合案例,使用者在实践工作中可以按图索骥地加以运用,极大地降低了知识技能应用的难度。

本套教程由罗安定副院长、许捷博士等策划,由编委会全体成员共同完成。许捷博士负责全套教程的总体规划、撰写组织和审校统稿工作。罗安定副院长、许捷博士、李岚副教授分别担任三本教程的组织编著责任人和主要审稿人,张昌松博士配合教程一的组编工作。教程具体撰写分工如下:教程一《保险理财基础知识》的第1章、第3章第1节、第5章由张昌松负责,第2章、第4章由杨晓萍负责,第3章第2节由李晶晶负责;教程二《保险理财规划技术》的第1章第1、2节由李岚和谭新兰共同负责,第1章第3节、第3章由肖丽容负责,第2章第1、2节由李晶晶负责,第2章第3节、第4章由李一鸣负责;教程三《保险理财实务操作》由李岚和谭新兰共同负责。

感谢中国保险大学培训学院、中国保险大学资格认证考试中心对本套教程的编写和出版提供全方位的帮助和支持,在此致以衷心的感谢!感谢中国保险大学的夏雪芬教授,在百忙之中对教程部分内容进行仔细的校审,并提出了宝贵的建议。当然,书稿的一切责任由编委会承担。同时感谢中南大学出版社尤其是陈应征编辑为本系列教程的顺利出版付出了大量心血。

本套教程是保险理财师资格认证考试的指定教程,也可用于保险从业人员提高家庭理财水平,解决实际工作问题的学习参考用书。在保险理财师认证中,三本教程的使用范畴如下:保险理财师(IFP)的认证教育与认证考试内容为《保险理财基础知识》

全书与《保险理财规划技术》中 IFP 考试大纲中包含的内容,《保险理财实务操作》作为其执业的参考用书;高级保险理财师(SIFP)的学习与认证考试内容为《保险理财规划技术》与《保险理财实务操作》的所有内容。

由于作者水平有限,时间仓促,书中难免有差错和纰漏,欢迎同行专家与读者批评指正。

保险理财师教程编委会

2009 年 4 月

目 录

上篇 实务操作

引言	(3)
操作一 客户关系的建立和管理	(4)
第一节 客户关系的建立	(4)
第二节 客户关系管理	(18)
操作二 家庭财务诊断	(41)
第一节 编制客户的财务报表	(41)
第二节 分析客户的财务状况	(45)
操作三 理财方案的设计	(53)
第一节 确定客户理财目标	(53)
第二节 撰写理财建议书	(59)
第三节 制定理财方案	(67)
操作四 理财方案的实施与监控	(77)
第一节 实施理财方案	(77)
第二节 监控理财方案	(80)

下篇 案例分析

第一章 单身期理财规划案例	(87)
案例 1-1 中高收入单身族的理财规划	(87)
第二章 家庭形成期理财规划案例	(103)
案例 2-1 形成期高收入家庭理财规划	(103)
案例 2-2 形成期中等收入家庭理财规划	(111)

案例 2-3 形成期低收入家庭理财规划	(124)
案例 2-4 形成期特殊家庭理财规划	(133)
第三章 家庭成熟稳定期理财规划案例	(145)
案例 3-1 成熟期中低收入家庭理财规划	(145)
案例 3-2 成熟期中高收入家庭理财规划	(152)
案例 3-3 单亲成熟家庭理财规划	(171)
第四章 退休前期理财规划案例	(184)
案例 4-1 退休前期中低收入家庭理财规划	(184)
案例 4-2 退休前期中高收入家庭理财规划	(195)
第五章 退休期理财规划案例	(206)
案例 5-1 老年家庭的退休规划	(206)
参考文献	(209)

上篇

实务操作

引 言

理财规划师在为客户提供理财服务的实际操作中，应严格按照理财规划的四个基本流程，首先从建立客户关系入手，对客户家庭的财务状况进行分析诊断，有针对性地形成相应的理财方案并提交实施的具体细则，最后为客户提供本理财规划的持续服务计划。

在本篇中，将紧密结合一个典型综合案例，从理财实务的四个流程出发，探讨理财规划的全程操作。

综合案例背景

1. 家庭成员及背景资料

李先生现年 36 岁，是一所高职院校的讲师，年薪约 35000 元；李太太 31 岁，主要从事家装室内设计，年薪约 10 万元，准备 2009 年生一个小宝宝。

2. 资产负债状况

以当前市价计算，总资产 327 万元，含活期存款 10 万元，汽车 20 万元，自用住宅和投资性房产共 297 万元，无负债。

3. 收入支出状况

2007 年的年税后可支配收入为 19.5 万元，其中薪资 13.5 万元，投资房产的年租金收入 6 万元。年支出 13.5 万元，其中日常消费支出 6 万元，年旅游支出 2 万元，保险费支出 1 万元，汽车使用费 2 万元，通讯支出 1 万元，礼品支出 0.5 万元，其他支出 1 万元。

4. 家庭保障状况

李先生在学校缴纳的社保养老金额较低，而李太太作为自由职业者没有社保。

客户要求理财师为其做出全方位的理财规划方案，以满足其资产增值、子女教育和养老等方面的需求。

操作一 客户关系的建立和管理

◆ 学习指引

通过本章学习将帮助你了解：

- 如何建立良好的让客户信任的客户关系
- 如何收集和分析评价客户信息
- 如何对客户信息进行管理

◆ 基本概念

客户关系 客户关系管理

寻找合适的客户，建立良好牢固的客户关系是保险理财师提供理财服务的第一步，也是最基础的一步。只有赢得客户的信任并与之建立牢固的客户关系，才能完整而全面地了解客户的个人及家庭信息和财务目标，才能够全面了解客户家庭的财务状况，进而为之提供切实可行的专业理财建议。本操作主要是介绍建立和管理客户关系过程中需要关注的各个方面。第一节主要介绍如何建立和客户的关系，包括与客户初次见面时应注意的问题，双方在初步了解的基础上，此时就应当以合同的形式固定双方的权利与义务，因此本节也介绍了理财规划合同签订的程序和内容等知识；第二节主要介绍如何设计客户信息调查表来获取客户的信息；第三节主要介绍客户关系管理的基础知识，例如如何进行客户的分层管理和客户的信息管理。

第一节 客户关系的建立

一、与客户的沟通

与客户沟通的方式多种多样，包括但不限于面对面沟通、电话沟通、书面交流等。在这些方式当中，与潜在客户进行面对面沟通是保险理财师建立客户关系最重要、最常用的方式，也是理财师工作的重要组成部分。与客户进行面对面沟通的目的，通常是为了掌握客户的基本情况和基本信息，了解客户的理财目标、投资偏好等，寻求建立客户关系的可能性。因此，客户是否愿意委托保险理财师为其提供理财服务，理财

师能否与客户建立理财业务关系，都直接受到面对面沟通即面谈的影响。所以，保险理财师必须掌握面谈的基本技巧，并不断提高自己的人际沟通能力。

（一）沟通前的准备

与潜在的客户面对面沟通是建立客户关系的一种重要方式，这种方式可以使保险理财师全面地了解客户，判断双方合作的可能性，同时使客户对理财服务有更深入的认识，可以为双方创造合作的机会。所以，在初次面谈之前，保险理财师需要做好以下准备。

1. 明确与客户面谈的目的，确定谈话内容

面谈的主要内容包括需要询问的问题和需要传达给客户的信息。保险理财师与客户的初次面谈，通常是为了了解客户的基本情况，同时寻求与之进一步合作的可能性。面谈时获得的信息是否全面、正确十分重要。

保险理财师应尽量先拟定谈话的大纲，用书面形式加以列示，同时根据客户回答问题的情况制定进一步的交谈内容。这样才可能把握交谈的主动性，保证谈话的质量。

2. 准备好所有的背景资料

（1）准备会谈所需的介绍性材料，包括所在机构的宣传性材料、所在机构的营业执照副本复印件、所在机构从事理财业务的许可证文件或证件、保险理财师从业资格文件和相应标志以及理财方案样本等。这些文件有助于客户加深对保险理财师所在机构及其本人的了解，为建立客户关系构筑基础。

（2）通知客户携带必要的个人材料，如投资凭证、保险单、房贷合同等。

（3）准备好记录所需的相关文具。

3. 选择合适的会谈时间和地点

在正式会谈之前，客户一般是通过一定的方式与保险理财师所在机构取得联系。通常客户与保险理财规划师所在机构取得联系的方式包括：前来保险理财规划师所在机构进行预约；通过电话咨询并提出会谈意向等。无论客户是以何种方式预约，负责接待的保险理财规划师如同意与客户会谈，则首先应确定会谈的日期。在确定会谈日期时，尽量不要使用“星期”的措辞，切记应告诉客户具体的日期，以免客户误解。会谈时间和地点的选择应使客户能够感受到专业化的气氛，提高客户对保险理财规划师及其所在机构的信任程度。比较适合的地点一般应当是保险理财规划师的所在机构。这样，如果客户在会谈中提到需要了解其他问题，保险理财规划师可以容易地为客户提供初始相关材料。在确定保险理财规划师所在机构为会谈地点后，还应该根据客户拟前来会谈的人数和客户的重要性确定会议室，最好不要将办公室确定为会谈地点。尤其是一些大的金融机构，均实行敞开式办公，负责接待客户的保险理财规划师一般没有单独的办公室。如果与客户在敞开的办公室内会谈，不仅影响其他人员办公，也

会影响会谈效果。

4. 确认客户是否有财务决定权，是否清楚自身财务状况

如果客户对自己的财务信息并不了解，将无法保证所收集信息的准确性，最终将影响保险理财规划师的判断和建议。当然弄清楚这个问题有时需要一些交流和沟通技巧，因为客户可能会表达不清，或者不愿意透露这方面的情况。

5. 通知客户需要携带的个人材料

一般有投资凭证、保险单、税收回执等。在会谈之前，保险理财规划师应当预测会谈可能持续的时间（包括谈话和填写各种表格的时间），并与客户就有关情况进行沟通。

6. 做好相应的事务安排

保险理财规划师在会谈之前应当安排好自己的其他事物，确保会谈时不会被打断。同时应当提前 10 ~ 15 分钟到达会谈地点。

对于理财规划师而言，下面一些技巧在初次与客户会面时会会有助益：①善于换位思考，尽量站在客户的角度去思考问题；②学会倾听，让客户多讲，自己多总结，以便回答客户的问题；③沟通过程要懂得判断和推测，要善于总结客户的话题，先赞同对的地方，并分主次地解决客户的问题；④谈话可以从聊客户感兴趣的话题开始，或者在气氛过于严肃的时候将话题引到客户感兴趣的地方以调节气氛，由于客户的喜好是多种多样的，理财师平时应努力扩大自己的知识面；⑤在谈话过程中注意培养与客户的共鸣点，例如寻找共同经历、共同经验，并且让客户感觉你能全程为其服务；⑥真诚服务，以一颗感恩的心去服务客户。

（二）与客户的沟通

任何一种有计划有目的的沟通都需要事先安排好结构和流程，并让交流双方都明白这个流程。理财规划涉及的会谈往往是比较正式的。在交流一开始，保险理财规划师应该首先向客户说明双方面谈沟通的目的和流程，这样能让客户作好相应的心理准备，并更好地配合，提高沟通的效率，达到更好的效果。

1. 事先预约

为了与潜在客户建立关系，通常情况下需要首先与潜在客户进行预约，而电话通常是理财规划师联络潜在客户的基本工具。通过电话联络客户，需要掌握一定的电话沟通技巧，明确注意事项。

（1）正确的心态

与潜在客户建立良好的关系，需要理财师具有良好的心态，既不能操之过急，也不能松散懒惰。作为理财师，必须明白这样一个事实：与潜在客户建立关系，尤其是建立一个良好的关系，需要一个过程，这个过程是循序渐进的，不可能一蹴而就；这个过程需要耐心，需要理财师对潜在客户的引导、支持、维护等。理财师任何急于求

成、急功近利的心态，都不利于与潜在客户发展关系，相反，还可能引起潜在客户的反感、反对。

(2) 电话预约前的准备

作为理财规划师，在拿起电话预约之前应问问自己是否已经完成所有准备工作。理财师应该维护一份潜在客户的名单，上面记录着每个潜在客户的姓名、地址、邮编、电话号码、邮件地址等诸多内容。同时还需要确定合适的时间联络潜在客户，提高预约成功率。电话预约潜在客户之前，准备一份电话沟通提纲也非常重要，这样不仅可以增强自信心，而且还有利于流利表达。

(3) 问候对方

在与潜在客户接通电话之后，要及时给予客户问候并进行简单的寒暄，为电话沟通创造融洽的气氛，同时为后续的介绍打下基础。

(4) 自我介绍

作为理财规划师，不仅要学会言简意赅地介绍自己，如自己的资历、现在所拥有的客户以及所代理的总资产，更重要的是要学会对自己所在公司及公司产品或服务的介绍。在做介绍的时候，热情、亲切、清晰、响亮的声音表达非常重要。

(5) 激发需求

电话沟通中，理财师需要激发潜在客户的兴趣，目的在于维持谈话的持续进行。可以将客户的需要与理财服务的利益直接挂钩。理财服务的利益主要是购买理财服务的特性与优势，以及如何满足客户的特定需要与需求。理财师必须明白：客户是为了需要而购买，而且他们需要获得的是服务给他们所带来的利益，并非服务的特性与优势本身。

(6) 阐明目的

电话中过多的提议会引起潜在客户的恐慌或拒绝。较为有效的方式是通过提供足够的信息来激发潜在客户了解更多产品或服务信息的欲望。

(7) 处理拒绝或确认细节

在事先预约的过程中，潜在客户提出的任何无法继续沟通的理由都可以被视为拒绝。遇到这种情况，理财师不宜正面回答拒绝，而应努力将拒绝变为获得会晤的理由。另一方面，如果潜在客户对理财产品或服务感兴趣的话，可以顺势提出约见的的时间。理财师必须明白自己需要多少时间以及潜在客户的时间价值观念。对于级别较高的潜在客户，一般安排时间可以是20~30分钟。短暂的会晤可以使理财师将精力与注意力集中在真正的话题上，同样，时间越短，也越容易达成预约的目的。

有效的预约技巧包括：强化对潜在客户时间的承诺；提供几个会晤时间并选择那些非整点的时间等。要求非整点的时间会晤，会让潜在客户意识到对方是一个守时的理财师。除了确认时间之外，理财师还要与潜在客户确认会晤地点、沟通的重点以及

参会的人员等细节，甚至包括潜在客户需要理财师提供的资料、文件与实物等。

(8) 表示感谢

无论预约是否成功，都应该在电话结束之前向潜在客户接受电话沟通表示感谢。如果成功预约一个关键客户，理财师还应该在电话结束之后，立即写一封短信，以电子邮件或邮寄的形式发给潜在客户，以表示对潜在客户花时间与自己电话交谈以及提供见面的机会的感激。

图 1-1 所示为与客户有效预约的过程：

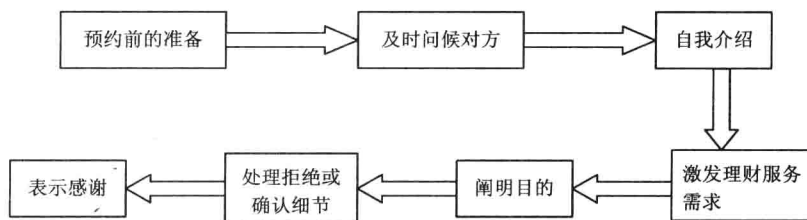


图 1-1 与客户有效预约的过程

2. 正式面谈

与客户预约成功后，接下来是与客户正式的接触即面对面的沟通。通常，客户比较信任职业形象的理财师，因为职业化的形象通常代表丰富的专业知识和严格的职业操守。因此理财师需要十分注意这方面的细节，在客户面前树立自信、精干、专业的职业化形象。

另外，在交流过程正式开始之后，理财师需要注意运用以下几种交流技巧：

(1) 倾听和反馈

为了有效地开展工作，理财师在面谈沟通过程中必须注意倾听和反馈。只有认真地倾听，客户才能感受到被关注和被尊重，感受到你的确愿意了解并帮助他解决在理财方面的困惑和问题，也才能真正向你敞开心扉，告诉你他真实的想法或情况。所以，在倾听时注意不要打岔，要与客户有眼神的交流，要尽量站在对方的立场上去考虑问题。总的来说，倾听需要理财师是一个富有同情心和耐心的人。

倾听之中或者之后的反馈可以通过两种途径来实现，即语言的表达以及肢体的活动。通过反馈，理财师可以对客户的陈述进行确认，而客户也能了解到他所说的情况是否已经被理财师接收到了。肢体的动作比较容易明白，往往就是一个简单的点头，一个手势，一个会心的微笑，或者感同身受地皱起眉头。而在语言方面，重复客户的表述是比较常用的一个技巧。准确地重复出客户的想法能够让客户明白理财师的确是在倾听他们的描述，明白他们的想法并且愿意帮助他们。反过来说，某些时候理财师也可以要求客户再把自己所传递给他的信息描述一次，以确认客户已经真的明白了自