

# 立足香港實現國際化夢想

# 國壽海外謀劃東南亞布局

## 在港央企巡禮系列

中國人壽保險(海外)股份有限公司(下稱中國人壽(海外))2015年購入One HarbourGate全幢西座商廈及西座商舖,並命名為「中國人壽中心」,以此作為香港總部,是為公司立足香港、面向全球的基地。為迎接「十三五」規劃,該公司未來將堅持國際化發展方向,加快東南亞拓展步伐。「新加坡公司已經平穩起步,同時公司積極在印尼和馬來西亞市場發掘機會,積極謀劃東南亞市場的戰略布局。」中國人壽(海外)副董事長兼總裁劉安林如是說。

大公報記者 邵淑芬

「中國人壽中心」暨「中國人壽國際金融研習院」早前舉行開幕禮。中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生致辭時表示,「中國人壽中心」的開幕,標誌着公司的發展又邁出重要及具意義的一步。

### 依託集團整體資源優勢

「香港作為國際金融中心,在國際金融界極具競爭優勢及影響力。在香港購置甲級商業大廈作為中國人壽(海外)的總部,有助公司繼續邁向國際,亦反映中國人壽對香港有充足信心,並堅守於香港持續發展的承諾。」楊明生稱,中國人壽(海外)將總部搬到新大樓後,是一個新起點,希望再創造一次輝煌。

中國人壽(海外)一直是中國人壽保險集團海外業務的旗艦。劉安林表示,依託母公司中國人壽的資源優勢,「中國人壽中心」正式啓用,象徵着國際化戰略布局的實現。他續稱,「十三五」時期,中國人壽(海外)將依託中國人壽集團的整體資源優勢,立足香港、澳門及新加坡,面向全世界,拓展國際化的業務。

### 維持在港排名居行業前列

除積極發掘東南亞市場的機遇外,中國人壽(海外)亦堅守香港的業務。他稱,未來將進一步鞏固在香港的優勢及地位,不斷加強競爭力,目標香港地區市場排名維持前列,理財顧問隊伍規模達市場前列,人均產能達到香港壽險市場領先水準。

中國人壽(海外)未來將繼續立足港澳新,面向世界,進一步鞏固及提升港澳地區的競爭優勢,積極拓展東南亞市場,促進國際化,致力實現「有華人的地方,就有中國人壽」的夢想。



▲位於九龍紅磡海濱的全新國際級辦公大樓——「中國人壽中心」

## 實力超群獲國際肯定



中國人壽(海外)於1984年成立,為香港客戶服務逾30年,提供多元化的個人儲蓄及醫療保險、強積金及財務策劃服務。2016年,面對激烈的市場競爭和複雜多變的資本市場,中國人壽(海外)全年總保費收入突破700億港元,香港去年首季至三季新造保單年度化保費收入穩居市場首位;澳門總保費收入連續兩年市場第一,已經成為一家在港澳保險業上具實力、品

牌影響較大的公司。

事實上,中國人壽(海外)的業績近年屢創新高,由2013至2015連續第三年,在香港的新造保單年度化保費收入一直穩居市場首位,而2016年總保費逾700億港元。該公司總資產逾2000億港元,財務實力亦獲國際評級機構肯定,分別獲穆迪授予保險財務實力「A1」評級,以及標準普爾授予本地貨幣長遠保險公司財務實力評級及發行人信用評級「A+」。

中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生表示,中國人壽(海外)將總部搬到新大樓後,是一個新起點,希望再創造一次輝煌

## 中國人壽(海外)所得部分殊榮

●集團副董事長、總裁劉安林獲《資本雜誌》頒發「資本傑出領袖2015」

●連續兩年無線電視TVB周刊「最有人氣人壽保險公司」大獎

●盈豐寶獲《晴報》我最喜愛的終身壽險產品營銷大獎

●中壽信託榮獲九項行業及傳媒獎項,包括理柏基金香港年獎2016「強積金最佳團體獎—混合型」

●集團逾150位理財顧問獲國際龍獎IDA獎項

## 設研修院 培養人才

「中國人壽國際金融研習院」日前正式成立。中國人壽(海外)副董事長兼總裁劉安林表示,人才是企業發展的重要基石,期望借研習院提高團隊素質,培養更多人才,透過提供各類型的培訓,促進人才進步、推動業務發展。他續稱,中國人壽正由保險公司向國際金融綜合集團轉型,香港作為拓展集團國際化業務的窗口,加強人才支持更是至關重要。

「中國人壽國際金融研習院」早前與香港中文大學商學院、德勤企業成長學院簽署戰略合作協議,希望能充分發揮各自的優勢,為中國人壽體系的

管理人員、員工、理財顧問及財務策劃顧問等,提供優質及現代化的培訓教學設施。

中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生表示,成立該學院旨在培養高水平的國際化金融及管理人才,提升員工素質,助中國人壽成為走向國際的「排頭兵」。他又透露,該學院將以短期研習課程為主,主要針對中高級管理人員,內容將傾向於實戰型學習,冀為學員提供培訓和交流的平台。他同時提出三個「結合」的理念,即理論與實踐相結合、境外與境內相結合、傳承與創新相結合,令研習院發展為集團及金融業新型人才的培養基地。



▲中國人壽(海外)副董事長兼總裁劉安林獲《資本雜誌》頒發「資本傑出領袖2015」

## 總部大樓設計巧妙深意

「中國人壽中心」位於九龍紅磡紅鸞道18號,坐擁全維多利亞港海景,由國際著名建築公司PLP設計,將帆船角巧妙地展現於甲級寫字樓外牆。「中國人壽中心」採用具靈活性、高科技的辦公室概念,擁有開放式空間及大量公用設施,以促進團隊合作,提升工作效率。

中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生早前出席中心開幕禮時提到,「中國人壽中心」背靠獅子山,遠眺維多

利亞港海景,中心整個設計厚重開揚,正如公司穩健的經營理念一樣。他強調,該公司十分重視風險管理,從而穩中前進、穩中發展壯大。

他表示,國壽去年收購廣發銀行,成為單一最大股東,現時國壽不只是一家保險公司,而是由保險轉向為金融綜合公司。他續稱,未來的發展戰略十分清晰,分別是創新驅動、綜合經營及國際一流,而保險、投資及銀行三大板塊的協同效應開始形成。

▶中國人壽保險(集團)教育培訓部總經理宋燕燕(左六)與香港中文大學工商管理學院署理院長鄭會榮(右七)、德勤企業成長學院院長許堅真(左四)簽署戰略合作協議,並由中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生(左八)及一眾嘉賓共同見證



◀「中國人壽中心」暨「中國人壽國際金融研習院」開幕典禮進行啓動儀式。嘉賓包括(左起):財經事務及庫務局常任秘書長黃灝玄、中國人壽保險(海外)副董事長兼總裁劉安林、香港基本法委員會副主任梁愛詩、中國人壽保險(集團)首席投資官兼資產公司總裁王軍輝、中國人壽保險(集團)公司董事長楊明生、廣發銀行行長劉家德、立法會(保險界)議員陳健波、中聯辦經濟部副部長雷海秋及保險業監理處專員梁志仁

## 全力打造品牌 塑造關愛社會形象

中國人壽(海外)的業績近年屢創新高,擁有多元化及龐大的銷售網絡是主因之一。該公司銀行策略夥伴多達12家,分銷銀行分行超過600家;理財顧問渠道發展迅速,理財顧問團隊超過3600人。此外,中介渠道亦穩步拓展,業務合作夥伴突破210家,逐漸成為公司發展重要的支柱渠道,互聯網及電話銷售等直銷渠道起步良好。

中國人壽(海外)除擁有多元化的銷售網絡,並勇於開拓創新,開設以「保險商店」為概念的客戶中心。

自2013年起,中國人壽(海外)在北角、灣仔及油麻地開設客戶中心,履行公司持續提升服務質素的承諾。客戶中心類似銀行分行般

除了提供繳費、查詢、保單更改及款項領取等傳統保單服務外,更有專業理財顧問提供財務需要分析。

同時,為持續提高服務水平,中國人壽(海外)推出神秘客戶銷售及服務體驗計劃,建立內部神秘人隊伍,從客戶角度體驗售後及行銷服務。

▶三家客戶中心位於主要街道的地舖,為客戶提供方便及高質素服務



會企業責任活動,傳遞健康養生之信息,推廣醫療和危疾產品及塑造公司的關愛社會形象。

### 積極贊助城中盛事

打造品牌方面,該公司推出以「立足港澳新,面向世界」為主題的跨境大型廣告計

劃,在香港、澳門及新加坡發放。此外,推出跨媒體宣傳攻勢,如在維港大型樓頂LED廣告、灣仔大樓戶外LED廣告、隧道港鐵廣告、電車巴士車身廣告、平面媒體廣告等,並播放兩輯危疾知識電視廣告,在免費及收費電視播放,多管道、多角度加大品牌宣傳力度。

中國人壽(海外)還贊助城中盛事,如贊助世界級體壇盛事——世界杯場地單車賽,世界自然基金會(WWF)的「跑出未來」慈善跑等大型活動。該公司以「牽手國壽健康同行」為主題,連續第十年開展「國壽客戶節」,提升品牌親和力,塑造關愛社會的企業形象。

◀中國人壽(海外)贊助世界級體壇盛事——世界自然基金會(WWF)之「跑出未來」慈善跑大型活動