

新聞稿

2016年9月9日

宏利香港 ManulifeMOVE 榮獲 2016 年「LIMRA LOMA 社交媒體銀碗大獎」之「最佳綜合社交媒體推廣」殊榮

香港— ManulifeMOVE 再度喜獲殊榮，於 2016 年「LIMRA LOMA 社交媒體銀碗大獎」中榮膺「最佳綜合社交媒體推廣」獎項。這一殊榮印證宏利香港於 ManulifeMOVE 推廣計劃中善用社交媒體策略，成效備受認同。ManulifeMOVE 是一個別具特色的保險概念，旨在透過保費折扣，鼓勵成員投入健康活力生活。

此年度大獎表揚全球各地在社交媒體推廣方面表現出色、富有創意及成效卓著的金融服務公司。

宏利人壽保險（國際）有限公司首席客戶總監劉錦珠表示：「此享負盛名的國際大獎印證我們深明社交媒體的重要性，並能加以善用。現今越來越多熟悉科技的客戶選擇以社交媒體作為主要溝通媒介，尤其是 Y 世代。正因為這樣，我們在宣傳推廣上集中起用對年輕消費者具吸引力的媒體和內容，結果成效顯著，我們亦為 ManulifeMOVE 受到同業高度評價而感到欣慰。」

除了利用電視及戶外廣告等傳統媒介外，ManulifeMOVE 健康計劃更透過社交媒體平台，以貼身及富娛樂性的手法吸引目標受眾的注意，加強其參與和投入感。

於其中一次推廣活動中，ManulifeMOVE 互動遊戲攤位設於香港鬧市熱點，鼓勵參加者於社交媒體上分享遊戲相片，讓遊戲從實體活動延伸至網上。宏利並邀請活動大使周柏豪與多位公眾人物於網上分享自己投入互動遊戲的錄像，並互相比拼活動量，以進一步宣揚活力生活的訊息。宏利並製作由周柏豪擔綱的趣味短片，展示在日常生活中保持健康活力可以相當容易。以上活動皆廣受大眾歡迎，得到熱烈的迴響。

第四屆「社交媒體銀碗大獎」得主於 8 月份由美國壽險研究協會 LIMRA 與國際壽險管理協會 LOMA 聯合揭曉。評審準則涵蓋社交媒體平台應用的創意與創新、內容質量以及受眾參與度。



ManulifeMOVE 概覽

ManulifeMOVE 是一個別具特色的保險概念，旨在透過保費折扣鼓勵客戶投入健康活力生活，透過全方位的健康管理革新保險概念。會員可透過智能運動手帶，按其預設的活動量目標追蹤活動量進度，並將數據同步至 ManulifeMOVE 手機應用程式。只要達致所訂下的活動量目標，會員便可就指定宏利保障方案享有保費折扣，並透過該手機應用程式定期獲取健康生活資訊。進一步資料請瀏覽 www.ManulifeMOVE.hk。

宏利人壽保險（國際）有限公司概覽

宏利人壽保險（國際）有限公司乃宏利集團屬下的成員公司。

宏利金融有限公司是主要的環球金融服務機構，提供達遠前瞻的理財方案以助客戶作出重要理財決策。本公司在美國以「恒康」的名稱營運，而在其他地區則以「宏利」的名稱經營。本公司為個人客戶、團體客戶及機構客戶提供理財建議、保險以及財富與資產管理方案。截至 2015 年底，本公司旗下約有 34,000 位員工和 63,000 位代理人，以及數以萬計的經銷合作夥伴，共同為 2,000 萬位客戶提供服務。截至 2016 年 6 月底，宏利所管理和提供行政管理的資產總值為 9,340 億加元（約 55,710 億港元），而在過去十二個月支付予客戶的保障、利息及其他款項逾 254 億加元。本公司的主要業務遍及亞洲、加拿大和美國，服務客戶逾百載。本公司的環球總部位於加拿大多倫多，並在多倫多、紐約及菲律賓證券交易所股份代號 MFC 上市，在香港交易所則以股份代號 945 上市。有關本公司的進一步資料，可在 Twitter 關注本公司帳號 @ManulifeNews，或瀏覽網站 www.manulife.com 或 www.johnhancock.com。

傳媒查詢：

宏利人壽保險（國際）有限公司
（於百慕達註冊成立之有限責任公司）
甘芷敏 / 謝婉雯
電話：(852) 2202 1284 / 2510 3130
Jacqueline_tm_kam@manulife.com /
Crystal_ym_tse@manulife.com

宏利人壽保險（國際）有限公司
於百慕達註冊成立之有限責任公司
香港九龍觀塘偉業街223-231號宏利金融中心A座22樓
電話：(852) 2510 5600

manulife.com.hk

