

2016年8月4日

宏利香港 2016 年第二季及上半年 年度化保費等值銷售額均錄得強勁增長

香港 — 宏利在香港的業務公司（「宏利香港」）公布2016年第二季及上半年之業績，其中年度化保費等值銷售額錄得強勁增長¹。

宏利香港2016年 第二季度業績重點



*所有百分比率的變動均以按年方式呈列

宏利人壽保險（國際）有限公司首席行政總監萬士家表示：「宏利香港在第二季度的年度化保費等值銷售額錄得十分強勁的增長，這包括來自經銷代理人團隊、銀行夥伴及保險經紀渠道的貢獻，反映公司在多元化分銷渠道方面所取得的成效。年度化保費等值銷售額錄得增長，並帶動新造業務價值²上升，突顯公司新造業務的質量。」



萬氏說：「透過與星展在銀保銷售方面的進一步合作，我們可以為更多客戶提供服務。公司亦率先推出多款創新保險產品，例如『樂齡關懷保障計劃』，讓合資格客戶免費享用iGenes 藥物基因檢測。我們繼續透過 ManulifeMOVE 計劃推廣健康生活，藉此加強與客戶的凝聚力。該計劃贏得不少業界殊榮，再加上一系列突顯宏利作為深受香港消費者信賴的品牌獎項，充分印證我們貫徹以客戶為中心的服務理念。」

2016年第二季宏利香港的年度化保費等值銷售額達9.53億港元，較2015年同期的6.80億港元大幅增長40%，這由於各分銷渠道的保險銷售額均錄得增長，銷售活動亦取得成效；加上首季新產品面世，帶動2016年上半年的年度化保費等值銷售額增長44%至18億港元，而2015年上半年則錄得13億港元。

宏利香港在2016年第二季的保費及存款總額³為101億港元，與去年同期相若。季內保險銷售額及有效保單業務均錄得增長，但市場波動令財富業務的資金流入有所回落，抵銷了當中部分升幅。2016年上半年的保費及存款總額增長6%至200億港元，而2015年上半年則錄得189億港元，增幅主要由於保險銷售額及續期保費均錄得增長。

整體銷售上升，帶動2016年第二季宏利香港的新造業務價值增長16%至5.29億港元，而2015年第二季則錄得4.54億港元。2016年上半年的新造業務價值為9.09億港元，較2015年上半年所錄得的8.22億港元增長10%。

宏利香港穩佔香港第二大強積金服務供應商之地位⁴。截至2016年3月底，按強積金管理資產計算，宏利香港的強積金市場佔有率為19.1%⁵。

截至2016年6月30日，宏利香港的專業代理人數目為6,538人，較截至2015年第二季的數目增長4%。

萬氏續說：「公司將繼續落實在香港的長遠發展策略，致力協助客戶做好退休規劃，並為其財富及健康提供保障。我們亦會大幅投放資源發展科技，為我們的經銷團隊提供最先進的電子銷售工具。」

他亦表示：「公司最近與昆士蘭聯保保險有限公司就一般保險產品達成獨家經銷協議，進一步配合宏利為客戶所提供的全面保險方案。」

宏利香港概覽

宏利香港透過宏利人壽保險（國際）有限公司、宏利資產管理（香港）有限公司及宏利公積金信託有限公司，為個人及機構客戶提供一系列保障及財富管理方面的產品和服務。這三家公司均為宏利集團屬下的成員公司。

宏利集團概覽

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

甘芷敏 / 謝婉雯

電話：(852) 2202 1284 / 2510 3130

Jacqueline_tm_kam@manulife.com/

Crystal_ym_tse@manulife.com

註：

¹ 年度化保費等值銷售額之呈報，旨在確保新造業務價值有關數據的披露範圍能相互一致，並符合行業慣例。年度化保費等值銷售額乃就非控制性權益作出調整前而予以呈報。年度化保費等值銷售額包括保險銷售額以及來自其他財富管理業務的加權銷售額，但不包括財富與資產管理業務。年度化保費等值銷售額包含保險及其他財富管理產品之定期保費/存款銷售額的100%，以及整付保費/存款銷售額的10%。

² 新造業務價值是報告期內銷售額所引致的內涵價值變動。新造業務價值是新生意的預期未來可分派盈利內，扣除持有資本的成本之現值後（資本的計算準則，乃按照北美的「最低持續資本及盈餘規定」以及亞洲當地的資本規定計算），所餘股東所佔利益之現值。投資假設符合產品訂價，並已作更新以反映與售出業務季度內市場環境相符的市場假設。有關債券孳息的最佳估算水平乃按季更新，而另類長期資產的長線預期孳息，一般在精算假設及方法的年度評估中加以檢討。

³ 保費及存款為以下各項的總和：(i)扣除再保險後的一般基金保費，即呈列於宏利「綜合收入報表」的保費；(ii)撇除種子資金的獨立基金存款（「來自保單持有人之存款」）；(iii)投資合約存款；及(iv)互惠基金存款。

⁴ 根據韋萊韜悅（Willis Towers Watson）2015 年度強積金報告，以強積金管理資產計算，宏利公積金信託有限公司為本港第二大強積金服務機構。

⁵ 強積金市場佔有率的計算方法基於以下資料：

i) 所有強積金計劃的總淨資產值：5,926億港元（包括從職業退休計劃轉入的資產）（資料來源：積金局「強積金計劃統計摘要」，截至2016年3月31日）

ii) 截至 2016 年 3 月 31 日的宏利強積金計劃總淨資產值：1,133 億港元（資料來源：宏利資產管理（香港）有限公司）

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

