

Headline	Life Insurance Companies To Compete Online		
MediaTitle	The Busy Weekly		
Date	18 May 2015	Language	Chinese
Circulation	20,000	Readership	60,000
Section	Supplement	Page No	ZB1to3
ArticleSize	2154 cm <sup>2</sup>	Journalist	N/A
PR Value	RM 89,474		



# 人壽保險 網上再衝刺

zb2-zb3



Headline	Life Insurance Companies To Compete Online		
MediaTitle	The Busy Weekly		
Date	18 May 2015	Language	Chinese
Circulation	20,000	Readership	60,000
Section	Supplement	Page No	ZB1to3
ArticleSize	2154 cm <sup>2</sup>	Journalist	N/A
PR Value	RM 89,474		

# 拓展業務新招數 人壽保險線上搏鬥

**辜柯福、林嘉灯 | 报导** **我** 国要在2020年成为高收入国家，及政府欲在2020年时把服务业占国内生产总值（GDP）的比例提高至75%，是大马未来5年的鲜明目标，而且这2个目标看来都可达标。这最后5年不到时间是达标的冲刺期，资讯与通讯科技（ICT）会是各行各业确保不会落后的重要「工具」。

在互联网乃至物联网时代，愈来愈多交易与服务都会被搬到网上进行，谁能在这虚拟世界占上风，便等于让自己的未来夺得一席之地。脚步跟不上的业者生存空间愈来愈小，是不需预测亦可知答案的事实。

银行业在推动网上与行动服务不遗余力，用户通过互联网、手机、平板电脑及其他行动装置来付款、成交、转账、查询等，已相当普及。而保险业者在这方面亦不落人后，继网上购买旅游保险、杂险后，现在一些人寿保险保单亦可以上网购买。

东京海上保险（TOKYO MARINE）刚推出上网购买人寿保险服务，成为国内首家推出类似服务的保险公司。据了解，在东京海上保险开打第一枪后，其他已准备就绪的保险公司短期内亦会上网。

换句话来说，一场人寿保险线上搏斗战即将展开。各保险公司都想通过网上服务来进一步拓展业务，就如银行积极把各类柜台服务转换成网上服务情况一样。这场人寿保险线上搏斗的商机到底有多大？所有保险公司是否都会积极跟进？《资汇理财》在这里和大家分享这场「线上搏斗」的点滴。

## 人壽保險產品繁雜 線上推廣有難度

5月初，国家银行保险组和大马保险代理与理财师公会（NAMLIFA）进行了一场闭门会议，针对进一步提高国人保险投保率交换意见。与会的保险代理向《资汇理财》指出，国家银行希望看到保险代理与保险公司紧密合作，在达到高收入国目标的最后5年里，争取时间进一步开拓市场，向先进国看齐提高国人的投保率。

根据国家银行资料，我国去年保险渗透率是55%，今年估计可提高至61%，也就是说每100个人当中，有61个人有购买保险。而国行的目标是在2020年时，欲把投保率拉高至75%。

简单的说，也就是未来5年平均每年都得把投保率托高4%。这个目标说难不难，说易不易，端着保险公司如何布署与应对。

我国目前共有14家人寿保险公司，其中9家是纯做人寿保险，也就是只持有经营人壽保險執照；另外5家则持有综合保險執照，同时兼做杂险与人壽保險。9家纯人壽保險中，有5家是由本地资金持有；另外4家

是外资持有。（参阅附表）这次率先推出网上购买人寿保险的东京海上保险，是家外资持有的公司。

多家本地与外资人寿保险公司在受询时皆指出，网上购买人寿保险虽然是大势所趋，但是，由于涉及事项与层面比杂险如汽车保险或住宅火险复杂，在推出网上服务时，亦须格外谨慎。

一家本地人壽保險公司的发言人对《资汇理财》指出，该公司虽亦在研究推出网上服务，但是，目前仍未鉴定要把那类保单挂到线上。他指出，东京海上在线上推出的亦属于较单纯的保单。

「在线上售卖人壽保險的概念，在2、3年前便已产生。但是，保险公司尤其是大型保险公司在走这一步棋时，考量因素远比中小型保险公司多，因此，首个推出网上服务不是行业龙头，亦不难理解。」

他表示，人壽保險和杂险最大的差别，在于人壽保險涉及更多的个人资料，内容亦远比杂险复杂，产品种类亦较多，加上

一些保单必须附有体检与医药报告，无法轻易的全部转至线上来完成。

### 风险评估须谨慎

不能忘记的是，大型人寿保险公司拥有强大的代理网络与团队，线上服务会影响到代理的生意与生计，保险公司不能不评估其中得失。

「国家银行规定，保险公司在向保客售卖保险时，须确保保客知道自己买的那类保单，售卖保险的公司或代理必须依照一份清单，逐一向保客说明。有些条款涉及法律或专业用词，一般人不太了解，须要公司或代理面对面说明。更重要的是，遇到索赔时，若保客是通过网上购买保单，可能便会求救无门，必须亲力亲为。若是通过代理购买的话，便可向代理求助。」

无论如何，该位发言人同意，在互联网时代里，走向网上服务是无可避免的趋势，但是，这个趋势应会循序渐进，而不是一夜之间以翻天覆地之势出现。

## 投保渗透率 2020目标75%

加拿大永明保险（Sun Life）总裁邓康岭（Dean A.Connor）日前到访大马时接受《资汇理财》询问说，大马的保险市场发展空间极大。该公司在大马的子公司永明大马，看准大马市场这块肥肉，决定强攻大马市场。

在过去10年，大马政府为保险投保渗透率设定目标为75%。目前大马保险渗透率为55%，相比政府订下2020年的75%目标，仍有很大空间。

邓康岭指出，这显示仍有不少大马人没购买保险，正是可开拓的空间。他同意教育及灌输保险产品知识是项挑战，因此，借助互联网来达到目的，是重要的一个步骤。

他说，在永明大马团队协助下，该公司复制加拿大MONEYFORLIFE电子推动策略，设立大马专属网站—MONEYFORLIFE.MY，大马是亚洲国家中首个设立该网站的市场。该网页以脸部辨识软件和虚拟老化科技，是教育民众了解保险的途径之一。大马的网站提供人们有关投资、储蓄、保障、教育和健康

6大方面的投保资讯，并将重点著重提高大马人的保险意识。

与大马第二大银行—联昌国际的合作，是永明大马手中一把利器。永明金融亚洲总裁苏凯帆指出，联昌国际在全马有292家分行，拥有近800万顾客，是永明可以开拓的市场。同时，在股东国库控股和其他三方银行合作下，永明大马在本地市场可以说是左右逢源。

根据瑞士再保险公司的报告，亚洲新兴国家的寿险保费2015年可成长10%，比先进国家的3.2%高。这归功于亚洲中产阶级的增加，购买保险能力也直线上升。

### 亚洲市场受青睐

亚洲保险市场因此受到国际保险公司的青睐，纷纷进驻，以期分得一杯羹。除了永明金融公司，美国最大的寿险公司—大都会人壽保險公司（METLIFE）也曾在2013年与永明金融（AMBANK，1015，主板金融股）签署协议，以总值8亿1200万令吉购买

大马银行旗下寿险公司51%的股权。

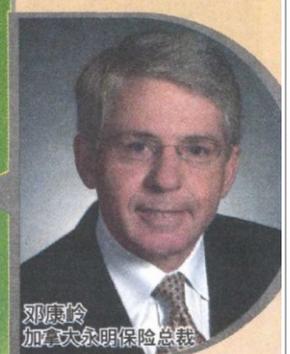
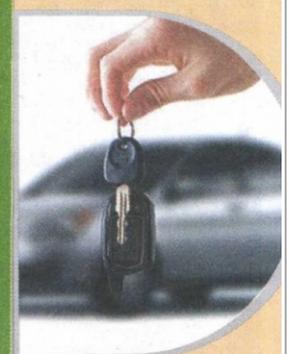
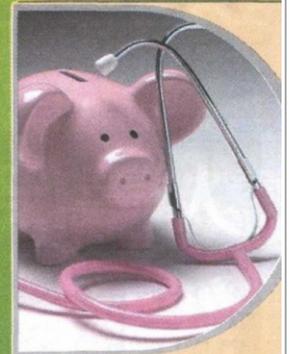
根据《路透社》的数据报导，亚太区域保险领域的合并和收购在2012年录得305亿美元的记录，主要由大马和泰国市场的活动主导。

「亚洲是世界发展最快的市场之一，然而亚洲市场起步较慢，因此为企业创造长期利润成长，这也是众多国际公司青睐亚洲市场的主因。」苏凯帆表示。

面对来自国际的保险业巨头的抢滩，本地保险业者不但没有固步自封，反而纷纷向国际保险公司伸出橄榄枝。

邓康岭指出，随着世界的进步，保险业标准也随之提升。要在保险业成功也须具备更高条件。他举例，永明金融公司每年投入5亿加币的资金发展公司科技技术，以跟进时代的步伐。科技除了提高公司内部运作的操作程序，也适用于公司的保险产品。

永明金融公司也在一些市场开发独有的软件。在科技的辅助下，方便客户可以即时查看或处理保单事项。●



邓康岭  
加拿大永明保险总裁

■《资汇》制图

Headline	Life Insurance Companies To Compete Online		
MediaTitle	The Busy Weekly		
Date	18 May 2015	Language	Chinese
Circulation	20,000	Readership	60,000
Section	Supplement	Page No	ZB1to3
ArticleSize	2154 cm <sup>2</sup>	Journalist	N/A
PR Value	RM 89,474		

## 本地保险公司统计:

注: L-本地 F-外资

### 持有综合执照 (人寿及普险)

公司	拥有权
1 AIA有限公司	F
2 Etiqa保险有限公司	L
3 MCIS保险有限公司	L
4 保诚保险大马有限公司	F
5 苏黎世保险大马有限公司	F

### 持有纯人寿执照

公司	拥有权
1 AXA艾芬人寿保险有限公司	L
2 安联人寿保险大马有限公司	F
3 AmMetLife保险有限公司	L
4 直布罗陀BSN人寿保险有限公司	L
5 大东方人寿保险(马)有限公司	F
6 丰隆保险有限公司	L
7 宏利人寿保险有限公司	F
8 Sun Life大马保险有限公司	L
9 东京海上人寿保险大马有限公司	F

### 持有纯普险

公司	拥有权
1 ACE澄心保险有限公司	F
2 AIG大马保险有限公司	F
3 AXA艾芬普险有限公司	L
4 安联普险(马)有限公司	F
5 大马普险有限公司	F
6 成功 Sompo保险有限公司	L
7 国家担保基金有限公司 (Danajamin)	L
8 伦平保险有限公司	L
9 MSIG保险(马)有限公司	F
10 马化保险有限公司	L
11 华侨保险(马)有限公司	F
12 太平洋及东方保险有限公司	L
13 太平保险有限公司	F
14 Progressive保险有限公司	L
15 QBE保险(马)有限公司	F
16 兴业保险有限公司	L
17 东京海上保险(马)有限公司	F
18 Tune保险大马有限公司	L
19 Uni-Asia普险有限公司	L

### 持有综合再保执照 (人寿及普险)

公司	拥有权
1 Hannover Rueck SE	F

### 持有人寿再保执照

公司	拥有权
1 大马人寿再保险集团有限公司	L

### 持有普险再保执照

公司	拥有权
1 亚洲资本再保大马私人有限公司	L
2 大马再保险有限公司	L
3 Munchener Ruckversicherungs-Gesellschaft	F
4 瑞士再保险公司	F
5 Toa再保险公司	F

资料来源: 国家银行

Headline	Life Insurance Companies To Compete Online		
MediaTitle	The Busy Weekly		
Date	18 May 2015	Language	Chinese
Circulation	20,000	Readership	60,000
Section	Supplement	Page No	ZB1to3
ArticleSize	2154 cm <sup>2</sup>	Journalist	N/A
PR Value	RM 89,474		

## 一次弄懂金融新潮流

**使** 用互联网和行动装置 (mobile devices) 便能办理许多事情, 是今日全球的大趋势, 亦是潮流。

金融业在这方面可以说是走在前头的行业, 不论是银行、保险公司或投资管理公司, 都大事投资资讯科技, 以抢食「虚拟通路」这块大饼。

我国各银行目前全力推动网上银行与电话银行; 而保险公司则促销网上购买、询问与索赔。走的都是不须直接与客户面对面办理事务的路线。

这股潮流会带来怎样的影响, 对大众又有那些好处? 《资汇理财》在这里替大家解说:

**问: 什么是金融新潮流?**

**答** 民众使用网络和行动装置, 便能办理银行、保险和证券等各种金融业。如线上转账、查询结存、付款、线上购买保险等。

**问: 对金融业有何影响?**

**答** 虚拟通路兴起, 实体通路势必萎缩。以前一定要到银行或保险公司的柜台, 并出示身份证才能开设银行账户; 购买杂险如汽车保险亦然。如今只要能上网, 透过多元认证证明本人身份, 就能购买汽车保险及部份人寿保险。

**问: 金融从业人员会失业吗?**

**答** 如实体通路业务不需这么多服务人

员, 确实会有此问题。金融业因应趋势, 要辅导银行员工转型。

转型的方法, 可多面向从客户角度思考, 包括产品的价值、交付的方法、客户接触的情境等, 发展出适合金融环境的新应用。同样的, 保险代理亦须做好转型的准备, 不少保险代理转型成为理财规划师便是一例。

**问: 金融新潮流对投资者有何好处?**

**答** 国内金融机构业务, 几乎没差异性, 只好杀价竞争, 行动装置是近几年才崛起, 金融机构提早布局, 有机会做出差异性, 投资者可享有更多样的金融服务。

**问: 在金融新潮流下, 开放同时如何管控数位金融的风险?**

**答** 网络上办理金融业务, 业者看不到客户, 因此确认身份最重要, 避免引发道德风险, 甚至洗黑钱等犯罪。这也是未来监管的重点。

**问: 金融新潮流的发展情况如何?**

**答** 保险部份, 已开放线上投保旅游保险、意外险等, 最近东京海上保险公司 (Tokyo Marine) 首开先例, 推出网上购买人寿保险。

此外, 据了解, 银行亦在研究可在网上开设户口的可能性, 银行公会正在研究认证身份的配套。●