

# 資匯 理財

2021.9.4

WEALTH  
MANAGEMENT



ZB5  
股神6大理財觀



ZB12  
微軟大中華區新濠門人  
侯陽身負擴張雲市場重任



黃旗興  
大馬友邦保險  
首席執行員

## 保險新角色 用不著最好

zb2-zb3

# 让保险派不上用场 大马友邦新概念行销

保险CEO谈



与大部份受新冠肺炎疫情影响的行业一样，国内保险业在限制行动令期间虽没有停摆，但却无法面对高见客生意。数码与社交平台成了保险从业员继续经营的最佳「战场」。保险公司与保险代理积极投入参与，为保险业拼出新画面。《资汇理财》从今期起推出「保险CEO TALK」，不定期专访保险从业者检视现状，展望未来。

雷洁敏 · 报导

**保**险公司让客户用不上保险是什么样的概念？

大马友邦保险 (AIA MALAYSIA) 认为，保险不应该是在不幸事件发生之后，才发挥作用的产品，他们希望能摆脱保险的传统角色，让保险「无用武之地」。

该公司首席执行官黄旗兴接受《资汇》的专访时表示，这就是公司在过去10年，积极推进的方向，方式就是帮助及鼓励保客活得健康。

怎么样协助保客过得更健康？这个概念行得通吗？

传统上，人们买保险是为了在遇到不幸事件时候，能够有一个保障，但要说服人们买保险，首先要让他们对未来感到不确定和担忧，甚至要让他们想像万一自己遇上不幸或不测，情况会有多糟糕。这也就造成一些人对谈论保险感到忌讳，甚至也成为了保险领域的发展障碍。

在保险领域有超过百年历史的友邦保险希望能够改变人们谈起保险就联想到不幸事件的沉重印象，更希望将保险和积极及有活力的形象联想在一起。

作为香港上市公司友邦保险集团旗下子公司，大马友邦保险也积极的推广这样的概念，希望扭转大马消费者对保险的看法。

作为大马友邦保险的统帅黄旗兴表示，公司在过去10年，积极改变保险公司的传统角色，不仅是在危难时为保客提供援助，也希望走进人们生活中，协助他们远离医院，享有更健康的生活。

的确人们买保险最主要是希望有一个保障，万一遭遇不幸不至于求助无门，陷入困境，但每个人心中最大的愿望相信是能够健康与平安，别让保险派上用场。因此，友邦保险这个概念在一定的程度上能够获得保客认同。

国人在疫情下 保障需求升高

黄旗兴  
大马友邦保险  
首席执行官

增值行动 “没有计划但现在会考虑”



保持现状行动 “继续使用在线渠道”



减值行动 “延迟购买/停止考虑”



资料来源: Kantar 新冠肺炎疫情调查报告

《资汇》制图

## 独特健康计划 双赢政策

概念是好的，但如何执行？

自1948年起在我国营运的大马友邦保险公司，至今已有约73年的历史。该公司提供一系列财务方案，包括医疗、保障、意外和伊斯兰保险等产品，致力满足客户在人生各阶段的保障及财务安全需要。

此外，也通过AIA Vitality、Medix及DOC2US等计划，为客户提供更多的非一般的服务。其中AIA Vitality是健康保健计划、Medix是个人疗程管理服务，DOC2US则提供的远程医疗服务，确保给予客户正确的诊断和必要的治疗。

当中，2016年推出的AIA Vitality，是公司独特的健康计划，让保客通过参与健康活动，如完成在线健康评估、进行体检、正确饮食、充足睡眠和锻炼等，来赚取积分，以兑换一系列福利及优惠。这个也就

是黄旗兴所说的，让保客的保险无用武之地的秘密武器。根据友邦保险网站的形容，「AIA Vitality 健康程式」是一项反传统保险概念的健康计划。它是以奖赏方式鼓励投保人投入健康生活。

保客只需要每个月支付10令吉成为会员，然后从了解及正视本身的健康状况做为起点，再通过坚持健康生活方式，比如健康的作息及饮食习惯，来赚取积分，以换取保费及其他各种的优惠。

这项计划鼓励保客做身体检查，了解本身的健康状况。并以保客进行各种健康的日常活动，来换取积分。友邦保险这项计划的理念是，若能够坚持更健康及均衡的生活，就有更大的机会远离疾病。

这是一项双赢的政策，保客赢得的是健康及各种优惠，保险公司赢到的是较低的赔偿率。



## 健康意识抬头 作业模式改变

针对近期的新冠肺炎疫情，到底对国内保险业及大马友邦保险带来了什么样的改变？黄旗兴在专访中指出，新冠肺炎爆发以来，国人更加重视健康，医疗和重大疾病保险更受市场欢迎。而医疗和健康保险是大马友邦保险公司的核心产品之一。

此外，在疫情期间，保险公司也致力于协助受影响的保客。去年初，大马友邦是首批免费为符合条件的客户，提供覆盖疫情保障的公司之一。「公司去年支付超过1000万令吉的疫情索赔，这是我们协助国人的承诺。」

他也透露，这项免费保障已结束，目前公司继续通过最新的医疗和危重疾病保险，为受到染疫而需住院及获取医疗服务的人士提供保障。同时，公司所有医疗保险产品均涵盖因疫苗并发症或副作用而导致的住院治疗。

疫情提振消费者保险意识的同时，也改变了保险行业的作业模式。

新冠肺炎疫情下，封锁措施人流管制，以及社交距离高成为新常态，也促使保险业的数码化步伐加速。大马友邦保险目前所有的程序几乎都通过在线完成，

如召开会议、培训、招聘和寻找潜在客户等。该公司在第一轮的限制行动令(MCO 1.0)初期，迅速采用远程销售，以非面对面方式的数码销售模式，协助客户远程且安全的购买保险。

他庆幸的是大马友邦保险公司早在5年前开始数码化转型之旅，旨在提升客户体验。而不容否认的是，疫情让这数码化趋势更快被接受。

「线上作业目前已成为我们新的模式，即使在疫情结束，公司旗下的寿险规划师仍将继续使用这些平台。」

黄旗兴表示，在医疗领域，虽然科技发展不能阻止人口老化，也无法一次性根除慢性疾病，但广泛的数码化运用，能够让更多人轻易及以较低的成本获得医疗保健服务，包括常规医疗检查、即时追踪健康数据监控等综合医疗方案等，对消费者而言，方便及成本效益是最大的好处。

对于保险业而言，他认为，与传统销售平台相比，数码平台的优势在于没有时间和空间的障碍，使旗下寿险规划师能够随时随地与客户互动，让客户享有便捷、高效和安全的流程。

## 高科技与人情味并存 多管齐下实现公司目标

对于积极的数码化之后，会不会减少对保险代理的依赖？

拥有庞大代理团队的大马友邦保险公司并不这么认为。黄旗兴指出，保险是一项以人际交往和联系为中心的业务，尽管顺应时代引入数码化是不可避免，但与客户建立人际关系是不能被技术所取代。

他指出，虽然科技改变了销售模式带来了方便，但是，有些客户仍然更喜欢传统的方式，即面对面的销售模式，尤其是在疫情前。

「在我们努力追求高科技的同时，绝不能忘记和客户互动联系。我相信高科技和人情味是可以共存，因为技术最终只是帮助寿险规划师提升销售过程的效率及提升客户体验。」

他坚信，即使是走向数码化，及追求高科技带来便捷的同时，也要保留与客户互动的人情味(human touch)，更理想的方式是拥有技术带来的效率，利用科技解决购买保险的一切大小事务，但也保留客户仍然渴望的人情味，也就是人与人之间的交流。虽然在疫情期间，这些交流还是可以通过虚拟咨询来实现。

也因此，作为国内保险代理人数量最多的保险公司之一，大马友邦仍继续招聘和扩大代理团队。与2019年相比，2020年新招聘的寿险规划师总数按年攀升46%。

黄旗兴表示，疫情导致大马失业率去年创新高，不少人失去工作和收入来源。通过AIA Elite Academy计划，该公司希望为国人创造就业机会，帮助受疫情影响的人士，加入寿险规划师行列在这艰难时期获得工作及收入。

目前，大马友邦保险公司拥有1万9000名保险代理，但仍期待更多国人选择保险职业。他表示，保险代理工作不但获利丰厚，也是一项稳定和不受危机影响的工作。

黄旗兴认为，疫情改变了市场，提升人们对保险的认识和接受度，带动保险需求，促使保险公司有必要进一步壮大其代理人团队，以跟上市场需求。

他也预见会有越来越多人意识到健康和财富保障的重要性，保险职业的接受度会更高。

### 携手共渡危机

黄旗兴在保险行业有超过20年的经验，他在2011年加入友邦保险集团，曾在台湾及印尼的友邦保险工作，并在2019年8月15日起担任大马友邦保险公司首席执行官。

对于在大马友邦保险任职期间，最引以为傲的事情，黄旗兴笑言，作为已离开大马22年马来西亚人，能够与同事们一起应对这百年难得一遇的危机，协助保护和支持客户与社区度过这艰难时期，是他最引以为豪的事情。

「去年，我们为疫情相关索赔支付逾1000万令吉，并为超过700万份保单，提供额外免费的疫情保障，以及为307名在值班期间染疫的医疗前线人员提供经济援助，也为全马2300多个弱势家庭提供援助。」

过去一年，大马友邦保险公司也推出多种创新灾难计划，提供端到端的保障，满足国人不断改变的健康保障需求，也针对新一波更严重的疫情，推出免费疫苗并发症保障，鼓励国人安心接种疫苗。

他重申，友邦的长期目标保持不变，即以让人们活出「更健康、更长寿和更愉快的人生」为宗旨。该公司将多管齐下加以实现，包括加强产品定位、多样化、扩大分销网络、增强技术、数码化和分析能力等，为客户提供全方位体验。●